

3+6



Estudio de factibilidad económico y financiero del emprendimiento social vivero café  
sembrarte de Villavicencio

Laura Daniela Gutiérrez Murillo

ID: 600502

María Fernanda Lozada Valencia

ID: 609803

**Línea de investigación**

Gestión Social, participación y desarrollo regional

**Sublínea de Investigación**

Gestión empresarial, desarrollo regional y finanza corporativas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquía

Sede Villavicencio (Meta)

Programa Administración Financiera

Noviembre de 2021

Estudio de Factibilidad Económico y Financiero del Emprendimiento Social Vivero café

Sembrarte de Villavicencio

Laura Daniela Gutiérrez Murillo

María Fernanda Lozada Valencia

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador

Financiero

Asesor(a)

Nidia Leonora Rodríguez Hernández

Contador Publico

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Orinoquía

Sede Villavicencio (Meta)

Programa Administración Financiera

Noviembre de 2021

### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios que nos dio la fortaleza y perseverancia para llegar hasta su culminación, a los profesores Nidia Leonora Rodríguez y Luis Carlos Vásquez Céspedes, que han sido de apoyo y guía en este largo camino, agradecemos a todas las personas que hicieron posibles este trabajo de grado de con amor y sacrificio hemos podido sacar adelante, también agradecemos a la vida por darnos la oportunidad de culminar nuestro proceso académico y permitirnos aplicar todos los conocimientos adquiridos en este largo camino, a nuestros amigos, conocidos y familiares que han aportado su grano de arena para la realización de este trabajo de grado, damos gracias a la universidad minuto de Dios y el profesor German Fuentes quien fue en primera instancia quien nos presentó este proyecto social, proyecto que desde su inicio nos inspiró la ayuda al prójimo, siendo este el objetivo de apoyar a mujeres vulnerables y que se sienta mujeres valoradas e independiente y que aporten su grano de arena para la sociedad.

## **Agradecimientos**

Damos gracias primero a Dios por darnos la vida para poder seguir luchando cada día por nuestras metas, a la universidad minuto de Dios por ser nuestra escuela de formación como administradoras financieras, a los profesores Nidia Leonora Rodríguez y German Fuentes que siempre han estado dispuestos a ayudarnos y ser guías incondicionales en este largo caminar, agradecemos a nuestras familias por estar siempre apoyándonos y dándonos ánimos para lograr nuestras metas y a todos los que algún momento aportaron su granito de arena para hacer de esto un proyecto trascendental.

## Contenido

Lista de tablas .....	8
Lista de figuras.....	11
Lista de Cuadros .....	14
Resumen.....	17
Abstract .....	18
Introducción .....	19
Planteamiento del Problema .....	21
Formulación del problema .....	25
Objetivos .....	26
Objetivo General.....	26
Objetivo Específicos .....	26
Justificación .....	27
Marco referencial .....	29
Metodología .....	51
Tipo de investigación.....	51
Instrumentos de la recolección de la información .....	52
Fuentes primarias .....	52
Fuentes Secundarias.....	53
Muestra .....	53
Procedimiento .....	53
Análisis interno .....	56
Misión .....	58
Visión .....	58
Estudio de mercado.....	60
Descripción el Producto .....	60
Plantas suculentas .....	61
Cactus.....	61

Materas.....	66
Especificaciones técnicas.....	67
Abonos .....	68
Composta .....	68
Análisis de la oferta (competencia).....	69
Encuesta dirigida a los propietarios de viveros en Villavicencio .....	70
Segmentación del mercado .....	75
Demográficas .....	76
Delimitación del mercado .....	76
Encuestas.....	76
Población.....	77
Muestra .....	77
Posibles clientes potenciales: .....	79
Tipo de investigación.....	79
análisis de las fuentes primarias.....	79
Universo.....	79
Encuesta a la demanda .....	80
Resultados .....	80
Política de descuento y promoción .....	101
Oferta de mercado.....	101
Canal de comercialización .....	102
Publicidad .....	102
Estudio técnico.....	103
Localización.....	103
Macro localización.....	103
Tamaño .....	105
Capacidad Instalada .....	105
Capacidad utilizada.....	106
Los factores de macro localización.....	107
Características ambientales: .....	108
contamos con un terreno uniforme de acuerdo con el espacio de la casa de las mujeres. ....	108

Transporte: .....	108
Materia prima:.....	108
Energía eléctrica: .....	108
Agua:.....	108
Mercado: .....	108
Vías de acceso:.....	109
Disponibilidad de agua de riego: .....	109
Diseño del producto: .....	109
Proceso productivo.....	110
proceso de reproducción de suculentas mediante división .....	110
Diagrama de producción .....	115
Proceso de producción por planta .....	116
Estudio económico .....	131
Referencias.....	163
Anexos .....	168

### Lista de tablas

<i>Tabla 1 proyeccion de crecimiento familias de villavicencio</i> .....	77
<i>Tabla 2 Base de la Muestra</i> .....	78
<i>Tabla 3 Genero de los encuestados</i> .....	81
<i>Tabla 4 Reconocimiento del producto</i> .....	83
<i>Tabla 5 Gusto de las plantas a la demanda</i> .....	84
<i>Tabla 6 Compra del producto</i> .....	85
<i>Tabla 7 Cantidad adquirida por mes</i> .....	86
<i>Tabla 8 Análisis de datos agrupados</i> .....	86
<i>Tabla 9 Plantas elegidas</i> .....	89
<i>Tabla 10 Motivo de compra de las plantas</i> .....	89
<i>Tabla 11 Tienen en cuenta la matera</i> .....	90
<i>Tabla 12 Materas elegidas</i> .....	91
<i>Tabla 13 Precio promedio de Materas</i> .....	92
<i>Tabla 14 Precio</i> .....	92
<i>Tabla 15 Medio de pago Medio de pago</i> .....	93
<i>Tabla 16 Medios de conocimiento</i> .....	96
<i>Tabla 17 Demanda Potencial</i> .....	98
<i>Tabla 18 Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir este tipo de plantas</i> .....	99
<i>Tabla 19 Qué cantidad de plantas suculentas y cactus estaría dispuesto a comprar mensualmente para su hogar, oficina o empresa</i> .....	99
<i>Tabla 20 Análisis de datos agrupados</i> .....	99
<i>Tabla 21 Demanda potencial efectiva ajustada al crecimiento</i> .....	100

<i>Tabla 22 Especificación de cantidad de esquejes.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 23 Costos de materiales técnico para la producción .....</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 24 Costos de mano de obra.....</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 25 Costos indirectos de fabricación .....</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 26 Capital de trabajo.....</i>	<i>131</i>
<i>Tabla 27 Credito de la inversion .....</i>	<i>132</i>
<i>Tabla 28 Amortización.....</i>	<i>132</i>
<i>Tabla 29 Compra total de materia prima directa.....</i>	<i>133</i>
<i>Tabla 30 Valor costo mano de obra producción y puntillismo.....</i>	<i>133</i>
<i>Tabla 31 Producto por cada proceso y para cada Trimestre.....</i>	<i>134</i>
<i>Tabla 32 Informe de costos de productos vendidos .....</i>	<i>135</i>
<i>Tabla 33 Costo unitario por planta .....</i>	<i>136</i>
<i>Tabla 34 Proyección costos .....</i>	<i>136</i>
<i>Tabla 35 Precio de adquisicion de la poblacion .....</i>	<i>137</i>
<i>Tabla 36 Presupuesto de ventas en unidades por trimestre .....</i>	<i>138</i>
<i>Tabla 37 Proyección de ingresos.....</i>	<i>139</i>
<i>Tabla 38 Gastos de administración anual .....</i>	<i>140</i>
<i>Tabla 39 Gastos de ventas anuales.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 40 Gastos de no operacionales anual.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 41 Pagos obligación financiera anual.....</i>	<i>141</i>
<i>Tabla 42 Proyección de gastos de operación y no operacionales.....</i>	<i>142</i>
<i>Tabla 43 Estado de resultados proyectado.....</i>	<i>143</i>
<i>Tabla 44 Flujo de tesoreria proyectada .....</i>	<i>144</i>

<i>Tabla 45 Estado de la situacion financiera proyectada .....</i>	<i>145</i>
<i>Tabla 46 Punto de equilibrio proyectado .....</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 47 Punto de equilibrio proyectado 2021 .....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 48 Punto de equilibrio proyectado 2024 .....</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 49 Flujo de caja proyectado .....</i>	<i>148</i>
<i>Tabla 50 Datos de salida flujo de caja .....</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 51 Tiempo de recuperacion de la inversión .....</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 52 Analisis de sensibilidad al incremento del 2% de los ingresos .....</i>	<i>150</i>
<i>Tabla 53 Analisis de sensibilidad al incremento del 3% de los egresos .....</i>	<i>151</i>
<i>Tabla 54 Indicadores de rentabilidad.....</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 55 Indicadores de endeudamiento .....</i>	<i>153</i>

## Lista de figuras

Figura 1 <i>Cola de burro</i> .....	62
Figura 2 <i>Cactus bolo</i> .....	62
Figura 3 <i>suculenta Dudleyas</i> .....	63
Figura 4 <i>Suculenta echinopsis subdenudata</i> .....	64
Figura 5 <i>Suculenta Gallinas y pollitos</i> .....	64
Figura 6 <i>Cereus</i> .....	65
Figura 7 <i>Matera de barro</i> .....	66
Figura 8 <i>Matera de barro decorada con puntillismo</i> .....	67
Figura 9 <i>Competencia en el mercado</i> .....	71
Figura 10 <i>Viveros formalizados</i> .....	71
Figura 11 <i>Plante de personal</i> .....	71
Figura 12 <i>Venta de suculentas y cactus</i> .....	72
Figura 13 <i>Como obtienen las plantas de suculentas y cactus</i> .....	72
Figura 14 <i>Inconveniente en las ventas de las plantas</i> .....	73
Figura 15 <i>La producción de plantas para cubrir la demanda</i> .....	73
Figura 16 <i>Precio de adquisición de las plantas</i> .....	74
Figura 17 <i>Característica del proveedor</i> .....	74
Figura 18 <i>Ventas de la competencia</i> .....	74
Figura 19 <i>Precio competencia</i> .....	75
Figura 20 <i>Canal de distribución</i> .....	75
Figura 21 <i>Formula de la muestra</i> .....	78
Figura 22 <i>Desarrollo de la fórmula de la muestra</i> .....	78

Figura 23 Autorización diligenciamiento encuesta de la demanda .....	80
Figura 24 Barrios de los encuestados .....	81
Figura 25 Genero personas encuestada .....	81
Figura 26 Estrato personas encuestadas .....	82
Figura 27 Edad personas encuestadas .....	82
Figura 28 Ocupación personas encuestadas .....	83
Figura 29 Pregunta si la demanda conoce las plantas .....	84
Figura 30 Gusto de las plantas a la demanda.....	84
Figura 31 Disposición compra de la demanda .....	85
Figura 32 Cantidad adquirida por mes .....	86
Figura 33 Frecuencia de compra de las plantas .....	88
Figura 34 Motivo de compra de las plantas.....	88
Figura 35 Aspectos que tiene en cuenta para comprar una planta.....	90
Figura 36 Tiene en cuenta la materia.....	90
Figura 37 Por qué elije la materia .....	91
Figura 38 Preferencia de la materia .....	92
Figura 39 Precio por adquisición de la planta .....	93
Figura 40 Medio de Pago .....	94
Figura 41 En qué lugar adquiere la materia.....	94
Figura 42 Compra satisfactoria .....	95
Figura 43 Que factor considera relevante al momento de adquirir la plata .....	95
Figura 44 Comprarían plantas en el vivero café sembrarte .....	95
Figura 45 Como se informa de la existencia.....	96

Figura 46 <i>Ubicación del departamento del Meta y su municipio Villavicencio</i> .....	104
Figura 47 <i>ubicación producción de plantas suculentas y cactus en los hogares</i> .....	104
Figura 48 <i>Estantería 15 pulgs 4 niveles</i> .....	107
Figura 49 <i>Set X 2 Cajoneros organizador 3 niveles</i> .....	107
Figura 50 <i>Diseño de ejemplo del producto</i> .....	109
Figura 51 <i>Idea similar del producto a ofrecer</i> .....	110
Figura 52 <i>Preparación de esquejes</i> .....	111
Figura 53 <i>Preparación de esquejes con raíz</i> .....	111
Figura 54 <i>Selección de esquejes suculentas</i> .....	112
Figura 55 <i>Trasplantar</i> .....	113
Figura 56 <i>Nomenclatura</i> .....	115
Figura 57 <i>Diagrama del proceso de recorrido para la producción de las suculentas y cactus por crecimiento de esquejes</i> .....	115
Figura 58 <i>Proceso de producción por planta</i> .....	116
Figura 59 <i>Esquejes de suculentas y cactus</i> .....	117
Figura 60 <i>Organigrama estructural de la cooperativa</i> .....	126
Figura 61 <i>Organigrama funcional de la cooperativa</i> .....	127

### Lista de Cuadros

Cuadro 1 <i>Análisis DOFA</i> .....	59
Cuadro 2 <i>Comparación de la competencia</i> .....	70
Cuadro 3 <i>Materiales necesarios para la producción</i> .....	118
Cuadro 4 <i>Entidades que apoyan emprendimientos sociales</i> .....	160
Cuadro 5 <i>Manual de la Asamblea general de Asociados</i> .....	128
Cuadro 6 <i>Consejo de administración</i> .....	129
Cuadro 7 <i>Manual del Miembro beneficiario del proyecto</i> .....	130

### Lista de anexos

Anexo 1 <i>costo de materiales</i> .....	168
Anexo 2 <i>Calculo mano de obra</i> .....	168
Anexo 3 <i>Costos de mano de obra directa</i> .....	169
Anexo 4 <i>Costos indirectos de producción</i> .....	169
Anexo 5 <i>Costo unitario por planta</i> .....	169
Anexo 6 <i>Margen de utilidad deseado</i> .....	170
Anexo 7 <i>Estado de resultados de costos y gastos</i> .....	170
Anexo 8 <i>Depreciación de herramientas</i> .....	170
Anexo 9 <i>Inversión inicial</i> .....	171
Anexo 10 <i>Depreciación muebles y enseres</i> .....	171
Anexo 11 <i>Presupuesto de ventas para el vivero café sembrarte</i> .....	171
Anexo 12 <i>inventario final por trimestre</i> .....	172
Anexo 13 <i>unidades a producir trimestral</i> .....	172
Anexo 14 <i>Materiales requeridos para la producción</i> .....	172

Anexo 15 <i>presupuesto de materia prima para suculentas y cactus</i> .....	173
Anexo 16 <i>inventarios materia de prima directa</i> .....	173
Anexo 17 <i>presupuesto de pote para sembrar</i> .....	174
Anexo 18 <i>presupuesto de plántulas para sembrar</i> .....	174
Anexo 19 <i>presupuesto de tierra orgánica para sembrar</i> .....	175
Anexo 20 <i>presupuesto de abono orgánico para sembrar</i> .....	176
Anexo 21 <i>presupuesto de fertilizante para el crecimiento de las plantas</i> .....	176
Anexo 22 <i>presupuesto de compra de matera para la comercialización</i> .....	177
Anexo 23 <i>compra del kit de pinturas para la decoración de las materas</i> .....	177
Anexo 24 <i>Presupuesto de total de materias primas directas</i> .....	178
Anexo 25 <i>Presupuesto costo materia prima directa pote</i> .....	178
Anexo 26 <i>Presupuesto costo materia prima directa plántula</i> .....	179
Anexo 27 <i>Presupuesto costo materia prima directa tierra orgánica</i> .....	180
Anexo 28 <i>Presupuesto costo materia prima directa abono orgánico</i> .....	180
Anexo 29 <i>Presupuesto costo materia prima directa fertilizante</i> .....	181
Anexo 30 <i>Presupuesto costo materia prima directa matera</i> .....	182
Anexo 31 <i>Presupuesto costo materia prima kit pinturas</i> .....	182
Anexo 32 <i>Costo de Materia Primas Directa Utilizada</i> .....	183
Anexo 33 <i>Valor inventario Final de la materia prima</i> .....	183
Anexo 34 <i>Tiempo de producción requerido</i> .....	184
Anexo 35 <i>Valor de hora laboral</i> .....	184
Anexo 36 <i>total horas requeridas para la producción de las plantas</i> .....	184
Anexo 37 <i>total horas requeridas para puntillismo</i> .....	185
Anexo 38 <i>Valor Costo de Mano de Obra Proceso de Producción Suculentas y Cactus</i> .....	185

Anexo 39 <i>Valor Costo de mano de obra proceso de pintura técnica puntillismo</i> .....	186
Anexo 40 <i>Valor Costo Total de Mano de Obra Producción y Técnica Puntillismo</i> .....	186
Anexo 41 <i>Análisis de los Costos Indirectos de Fabricación del Año 1</i> .....	186
Anexo 42 <i>Unidades para producir del año 2</i> .....	186
Anexo 43 <i>Total Costos Indirectos de Fabricación Año presupuestado 2021</i> .....	187
Anexo 44 <i>Producto por cada proceso y para cada Trimestre</i> .....	187
Anexo 45 <i>Costo anuales para suculentas y cactus</i> .....	187
Anexo 46 <i>Valor Total Costo Unitario de Producción</i> .....	188
Anexo 47 <i>Valor del Inventario Final de Suculentas y Cactus</i> .....	188
Anexo 48 <i>estado de costos de productos vendidos</i> .....	189
Anexo 49 <i>Presupuesto de ventas en Unidades trimestral</i> .....	190
Anexo 50 <i>Presupuesto de ventas en Pesos trimestral</i> .....	190
Anexo 51 <i>Presupuesto gastos operacionales año 2021</i> .....	190

## Resumen

*Palabras claves: vivero, emprendimiento, factibilidad, impacto social, durabilidad*

Esta investigación tiene como propósito la formulación de un estudio de factibilidad económico y financiero que permita garantizar la sustentabilidad y sostenibilidad en el tiempo del emprendimiento social Vivero Café Sembrarte de Villavicencio. Este proyecto estará liderado por el programa Administración Financiera con el fin de acompañar a la red de mujeres vinculadas a este emprendimiento por medio del Centro de Desarrollo Integral de la Corporación Minuto de Dios. Este trabajo investigativo busca establecer la factibilidad financiera del emprendimiento en curso, conocer las necesidades de inversión en activos, los costos y gastos del vivero, el punto de equilibrio y la rentabilidad de este. Adicionalmente, definir el tipo societario que se ajuste a las características propias del proyecto social.

Con la formulación de los estudios de mercado, técnico, administrativo, ambiental, económico y financiero, los estudiantes del programa tendrán la oportunidad de aportar y aplicar sus conocimientos adquiridos a lo largo de su formación profesional y de esta forma contribuir a la construcción de su proyección ocupacional y por otra parte generar tejido social con la comunidad objeto de estudio beneficiaria de la formalización del Vivero Café Sembrarte.

## **Abstract**

Keywords: nursery, entrepreneurship, feasibility, social impact, durability

The purpose of this research is to formulate an economic and financial feasibility study that allows guaranteeing the sustainability and sustainability over time of the social enterprise Vivero Café Sembrarte de Villavicencio. This project will be led by the Financial Administration program to accompany the network of women linked to this undertaking through the Integral Development Center of the Minute de Dios Corporation. This investigative work seeks to establish the financial feasibility of the ongoing venture, to know the investment needs in assets, the costs and expenses of the nursery, the point of equilibrium and its profitability. Additionally, define the corporate type that adjusts to the characteristics of the social project.

With the formulation of market, technical, administrative, environmental, economic, and financial studies, the students of the program will have the opportunity to contribute and apply their knowledge acquired throughout their professional training and in this way contribute to the construction of their occupational projection and, on the other hand, generate a social fabric with the community under study that is the beneficiary of the formalization of the Café Sembrarte Nursery.

## Introducción

Para la ejecución y sostenibilidad de un proyecto de carácter social es necesario implementar herramientas necesarias de estudio para determinar su ejecución y funcionalidad en el mercado real, definir objetivos a perseguir, diagnosticar los recursos necesarios para su factibilidad y sostenibilidad. En la época actual el mercado de oferentes y demandantes se han caracterizado por segmentación y tipo de mercado, la exigencia es aún mayor para quienes quieren emprender en cualquier sector de la economía.

El vivero café sembrarte está ubicado en la ciudad de Villavicencio meta, su objetivo es producir, comercializar y elaborar manualidades como el decorado en las materas con la técnica del puntillismo, lo que ayude a que las mujeres que hacen parte de este proyecto social tengan la oportunidad para incursionar en el mercado, que superficialmente no se ve con gran competitivo, acá en la ciudad de Villavicencio no hay un único vivero que se dedica a la comercialización exclusiva de las plantas suculentas y cactus con una matera especial decorada que la hace diferente al resto de los productos ofrecidos en el mercado, este proyecto les brinda al grupo de mujeres un mejor calidad de vida, generando nuevos ingresos, apoyo, nuevas experiencia de aprendizaje que las ayudara a emprender.

Este proyecto está enfocado en la producción y comercialización bajo un esquema cuyo objetivo es determinar la viabilidad del proyecto social, por medio del estudio financiero este se realiza con el fin de obtener información para tomar decisiones del proyecto prever así su evolución en la administración y dirección del proyecto, el estudio organizacional que ayuda a la coordinación de las respectivas funciones del proyecto en cuanto a la organización entre las mujeres que hacen parte con el administrador, el estudio de mercado indica el comportamiento

del producto en el sector comercial que tan rentable es y que tanto es para el agrado del público, el estudio técnico permite determinar los gastos que se generan en la producción o adquisición del producto, en la estrategia de publicidad y en las ventas para adquirir clientes potenciales. El estudio legal brinda la aceptación del proyecto bajo las normas que lo rigen según el sector y actividad comercial de productos, subproductos y patentes con el fin de emprender una actividad comercial sostenible.

Este trabajo de opción de grado se basa con el lineamiento institucional investigativo De Gestión Social, participación y desarrollo regional, que tiene como sublinea la Gestión empresarial, desarrollo regional y las finanzas corporativas, en la medida que su objetivo principal es diseñar un estudio de factibilidad económico y financiero que como lo indica el lineamiento investigativo contribuye a la gestión social, que es el emprendimiento y participación en el desarrollo de su región, continuando con la sublinea de investigación que se desarrolla en los objetivos específicos la gestión empresarial que es realizar el diagnóstico organizacional del estado actual con el componente del estudio técnico, el desarrollo regional que se encuentran ubicadas en su lugar de origen dentro de su círculo social y de las finanzas corporativas se ocupa del financiamiento, la estructuración de capital y las decisiones de inversión y sostenibilidad de un proyecto u empresa, este se desglosa en cuarto objetivo específico que es la evaluación económica y financiera del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

## **Planteamiento del Problema**

El sistema económico se ha convertido en el motor global de países, empresas y familias, actualmente, la diversidad de cambios en sus diferentes escenarios ha impulsado la búsqueda de alternativas de productividad, comercialización e innovación que permitan la sostenibilidad y el crecimiento económico factible y viable que generen soluciones sustentables y perdurables en el tiempo.

La diversidad de exigencia de la globalización impone diversos escenarios de adaptación a las económicas mundiales, donde entran a participar aquellos entes económicos en los cuales está la relación oferta y demanda, la estrategia de como trascender y adaptarse a estos cambios constantes depende directamente de las decisiones y administración de cada una de ellas.

De acuerdo (valera, 2018) La base de la invención, creatividad e innovación es la curiosidad y la tendencia natural del ser humano por mejorar su estándar de vida, que repercute en el desarrollo y crecimiento económico. El hombre se ha ocupado por generar dichos estándares sociales y económicos que se refleje en la calidad de vida y ésta se evalúa mediante la observación de todo aquello a lo cual tiene acceso.

la viabilidad de emprender un negocio con objeto social depende del razonamiento y estructura del emprendedor, de cómo va a desarrollar su idea. hay personas que desean emprender por necesidad, al igual que hay personas que emprender por que ya tienen trazado un proyecto de vida, previamente han realizado presupuesto y cuenta con unos objetivo y metas claras. el éxito

o fracaso de un proyecto depende de todas las partes involucradas gestionando y administrando adecuadamente todos los recursos y entes que la conforman.

Los factores que intervienen en el proceso de emprendimiento social pueden ser internos y externos, los primeros dependerán directamente del emprendedor, al estar sujetos al desarrollo cognitivo, las habilidades y destrezas, la conducta y la manera de como hace uso de las herramientas disponibles y las que puede crear, identificando y evaluando el riesgo que implica la proyección empresarial y los segundos, dependerán del contexto donde se desarrollara el emprendimiento social, su constitución legal, acuerdos comerciales, mercado objetivo, su estructura técnica y organizacional, y su situación económica y financiera entre otras; Estos elementos tanto internos como externos deben valorarse y controlarse en caso contrario puede incidir en el fracaso de la idea innovadora.

En Colombia, los proyectos de emprendimiento social direccionados a la creación de viveros han presentado dificultades para permanecer sostenibles y sustentables en el tiempo, especialmente aquellos que no cuentan con apoyo económico ni técnico, en Colombia los ingresos y la economía vienen dados por el sector privado y del estado, estas formas de emprendimiento social generan un impacto social que incentiva al resto de la población a participar y promover ingresos de manera legal y formal, sobre todo aquellos que no tienen igualdad de oportunidades por su condición social.

De acuerdo con (Uribe, 2017) El “emprendimiento” puede ser considerado como el conjunto de competencias que se desarrollan en un contexto determinado y que contribuyen a la generación de cosas nuevas. Si bien este concepto se ha atado tradicionalmente a la creación de empresas, no se circunscribe exclusivamente a ello. Siendo así, el emprendimiento incluye un conjunto de variables que se relacionan con lo personal (el emprendedor) y/o lo estructural (el ecosistema emprendedor), y se inserta dentro de las dinámicas empresariales y productivas propias de las economías y de las regiones.

Hay entidades las cuales apoyan el emprendimiento social, como el SENA, los bancos y demás organizaciones departamentales y municipales, pero para aquella población más vulnerable son de difícil acceso, porque no tienen las herramientas y recursos técnicos necesarios para acceder a ellos; En el Departamento del Meta en el Municipio de Villavicencio, en el barrio el rodeo, se evidencia un modelo de negocio con fines sociales, el Proyecto de Emprendimiento Social Vivero Café Sembrarte, conformado por un grupo aproximado de 50 de mujeres, quienes están siendo atendidas por el Centro de Desarrollo Integral CDI, programa liderado por la Corporación Minuto de Dios, por cuanto se trata de mujeres vulnerables por su condición femenina en su entorno social, algunas de las condiciones de vulnerabilidad tienen que ver con la explotación o abuso sexual, el maltrato interpersonal y el desempleo, explotación para ejercer labores domésticas, el control de su libre movilidad, restricción en sus relaciones familiares y de amistad, falta de libertad en decidir sobre el gasto del hogar, el desplazamiento forzado por falta de oportunidades o por el conflicto armado, se sienten ignoradas y maltratadas física y moralmente.

A través, de la iniciativa del proyecto social se les quiere brindar apoyo y rescatar su dignidad como personas como integrantes de una sociedad y vitales para su desarrollo, proporcionándoles oportunidades de empleo, mejorar su estado socioeconómico, generando recursos económicos y particularmente fomentando su superación personal y el empoderamiento individual y colectivo.

La actividad principal del emprendimiento social consiste en la comercialización de suculentas (producto estrella) y otras plantas, materas caseras y abonos para el sustento de estas, la problemática central de este emprendimiento radica en que no se encuentra formalizado y tampoco cuenta con una estructura administrativa, financiera ni de mercadeo que

le permita fortalecer su proyección en el mercado. Asimismo, esta situación influye en la participación de convocatorias en las cuales puedan acceder a apoyos económicos que les garantice el fortalecimiento de su emprendimiento. Además, las mujeres que integran el proyecto no cuentan con estudios básicos, ni técnicos en temas organizacionales, administrativos, de mercadeo ni financieros que le permitan administrar y dar uso eficiente a los recursos mínimos con los que cuentan actualmente. Infortunadamente, las mujeres no tienen la capacidad técnica ni la experiencia requerida para este tipo de proyectos productivos, pero han podido evidenciar que se puede aprender a trabajar en equipo, en busca de un objetivo en común, transformando su presente y construyendo su futuro.

En consecuencia, la Corporación Universitaria Minuto de Dios a través del programa de Administración Financiera, propone brindar las herramientas técnicas, administrativas y financieras a través de la formulación del proyecto de factibilidad necesario para establecer su sustentabilidad y sostenibilidad, el cual permite conocer si este proyecto es rentable y genera valor en el tiempo, asimismo este proceso permitirá brindar apoyo a las mujeres vulnerables, generándoles oportunidades laborales y académicas, mejorar su estado socioeconómico y emocional y sin lugar a dudas fortalecer su confianza como mujer empoderada individual y colectivamente que la inspire a emprender.

### **Formulación del problema**

¿Cómo un estudio de factibilidad económico y financiero contribuirá al emprendimiento social del Vivero Café Sembrarte de Villavicencio-Meta que le permita ser sostenible y sustentable en el tiempo?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un estudio de factibilidad económico y financiero que contribuya al emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

### **Objetivo Específicos**

Elaborar un diagnóstico del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta para definir su situación actual.

Formular un estudio de mercado para el emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

Estructurar el componente técnico, organizacional y administrativo del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

Evaluar la factibilidad económica y financiera del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

### **Justificación**

El propósito de esta investigación es garantizar la continuidad y sostenibilidad del proyecto social Vivero Café Sembrarte en Villavicencio, y con esto lograr la contribución del mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres que hacen parte del centro de desarrollo integral CDI. Para lograr esta iniciativa se aplicara las técnicas adecuadas para desarrollar el estudio de factibilidad que permita el buen funcionamiento y crecimiento del proyecto de emprendimiento, al realizar un diagnóstico para elaborar un análisis situacional que proporcione información preliminar del estado actual y real del Vivero Café Sembrarte, donde se aplicaran las teorías enfocadas a la formulación de proyectos de inversión con el fin de conocer la factibilidad del mismo, a través del desarrollo del estudio de mercado, técnico, organizacional, ambiental, económico y financiero; y de esta forma garantizar su funcionalidad operativa y financiera en el tiempo.

Cabe resaltar que este proyecto social, lo integra un grupo de mujeres víctimas de la violencia sexual, el maltrato interpersonal, el desempleo y la falta de oportunidades, liderado por el CDI, el cual les ha brindado acompañamiento, asesoría, herramientas técnicas, administrativas y financieras, para mejorar su ámbito social generándoles oportunidades de superación y nuevas expectativas en mejoramiento de su bienestar social y la de sus familias, fomentando la relación de propósitos individuales y colectivos en pro del proyecto Vivero Café Sembrarte y en general que puedan tener una mejor visión del mundo que las rodea, al sentirse que son parte de una sociedad y por ende constructoras de lazos de comunicación y cooperación.

La finalidad de este trabajo no es solo aplicar los conocimientos adquiridos en el proceso de formación académica del programa administración financiera, si no también, lograr experiencia profesional al poner en práctica las teorías administrativas y financieras en un escenario real, que sirva de guía de consulta para el desarrollo de otros proyectos productivos de un gran impacto social.

Adicionalmente, para el mismo CDI, servirá de consulta para proponer y/o formalizar otros proyectos de igual relevancia, asimismo, los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales, emprendedores, comerciantes, entidades financieras y gubernamentales podrán referenciar este documento para conocer en el contexto de la ciudad de Villavicencio la puesta en marcha de estos tipos de emprendimientos de carácter social.

## **Marco referencial**

### **Antecedentes**

Se presentan los antecedentes que sirven de apoyo para la investigación del proyecto social los siguientes trabajos y artículos de investigación permiten conocer los estudios de factibilidad de los proyectos de inversión de carácter social y su aplicación en el contextos internacional, nacional y regional.

### **Internacional**

Jenny Huanca (2016) “Proyecto de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Plantas Ornamentales en la Ciudad de Loja” El proyecto tiene como finalidad la implementación de una empresa que permita crear fuentes de trabajo, aprovechar los recursos naturales existentes, creando un valor económico agregado, Para el desarrollar esta investigación se requiere de la realización de los siguientes estudios: Estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio económico, financiero, legal y finalmente la evaluación del proyecto.

Este trabajo se relaciona con la investigación del vivero café sembrarte, sirve como guía para evaluar los diferentes estudios y ponerlos en práctica, permitiéndonos conocer la viabilidad y sustentabilidad del proyecto con la finalidad de obtener recursos para las mujeres que hacen parte del centro de desarrollo CDI.

Mariana Rey Vicuña (2016) “proyecto de intervención social con mujeres víctimas de violencia de género y sus hijas e hijos”, El proyecto ha sido elaborado desde la metodología del Trabajo Social Grupal y se divide en tres bloques: trabajo con las/os menores, con madres y trabajo conjunto. Además, se presenta la oportunidad de realizar un grupo de ayuda mutua entre las madres. Es una propuesta, para mitigar los efectos de la violencia de genero acusa de

nuestra realidad social y como proponer un proyecto de intervención social sobre el colectivo de menores y sus madres que residen en la Red Regional de Casas de Acogida del Principado de Asturias, con el objetivo de fomentar la restauración de sus redes sociales.

Este proyecto sirve como iniciativa para la ejecución del proyecto social Vivero Café Sembraste, y así potenciar la autoestima y el emprendimiento de las mujeres del centro de desarrollo integral CDI buscando un mejor bienestar para ellas y sus familias.

Enrique Arcila, German Carnevali, Lleana Echeverría, Enrique de Gorostegui y Débora Carnevali (2010) “Manual Básico para Cultivo de Cactáceas y Suculentas” este artículo es sobre la variedad de suculentas que existen, también sobre los cuidados y los riesgos, que fertilizantes se deben usar, los materiales y que arenas se deben comprar y en que materiales se pueden llevar a cabo su plantación, este artículo nos ayuda a identificar el proceso y que materiales se usan y así identificar los gastos que se van a llevar a cabo para la realización de la cultivación.

### **Nacional**

Miguel Ángel Rodallega (2019) realizó en su trabajo de investigación “análisis de factibilidad para la creación del vivero de la fundación formación de futuros”, una pasantía a través de una investigación descriptiva donde la información obtenida sirvió para tomar decisiones respecto a la puesta en marcha del vivero. Se realizó un análisis de factibilidad financiera para conocer la inversión en activos, los costos del vivero, estados de resultados en punto equilibrio y se investigó sobre las posibles implicaciones legales.

Este trabajo se relaciona con el proyecto del vivero café sembraste, porque sirve como guía para realizar el análisis de factibilidad, teniendo en cuenta la determinación de la estructura de costos y los gastos de operación.

Roxana de Jesús Cuello Coll (2019) “Factores que inciden en el desempeño de emprendimientos sociales en Colombia: estudio comparativo” Esta Investigación tuvo como objetivo desarrollar un análisis comparativo de los Factores que inciden en el desempeño de emprendimientos sociales en Colombia. Fue de naturaleza cualitativa, presentando una tipología documental con un nivel analítico comparativo. El procedimiento metodológico fue: Fase I.- Se determinaron los factores que han marcado pauta en América Latina. Fase II.- Se identificaron los aspectos que inciden en el desempeño de los emprendimientos sociales en comparación con Latinoamérica y Colombia y la Fase III.- En la que se establecieron las ventajas para la población colombiana. Por ser documental, no procedió la categorización de elementos muestrales provenientes de una población.

Jennifer Cabrera y María Erazo (2018) Realización “estudio de factibilidad para la creación de un vivero de plántulas de plátano en la finca villa blanca, ubicada en Sevilla valle para el año 2018” Villa Blanca es una finca ubicada en el municipio de Sevilla en la vereda La Milonga dedicada a la producción de café y producción de plátano, Con el desarrollo del presente trabajo de grado, se llevó a cabo visualizar diferentes variables del entorno como lo son: el mercado, los aspectos técnicos, estructuras organizacionales, legales y variables financieras, se logró conocer los componentes necesarios para el uso eficiente de los recursos, la descripción del proceso de cultivo de las plántulas, la descripción de los insumos y costos empleados en el desarrollo del mismo con el fin de conocer el valor de la inversión del proyecto.

Este trabajo permite evidenciar un modelo para la estructuración del estudio de factibilidad del Vivero Café Sembrarte, al comprender el análisis del entorno, las amenazas

económicas, sociales, ambientales y políticas, a su vez analizar las oportunidades y fortalezas con las que cuenta el proyecto social.

Lina Torres y Katherine cerón (2017) “Estudio sobre la perdurabilidad de emprendimientos empresariales de la ciudad de Cali” El emprendimiento empresarial resulta ser un factor importante para la económica de un país, es por ello que ha cobrado interés como objeto de estudio en diferentes disciplinas que buscan proporcionar alternativas de desarrollo para subsanar problemas sociales y económicos.

Este trabajo se relaciona con la investigación del Vivero Café Sembrarte, sirve como guía en el proceso de analizar los obstáculos e identificar los factores de sostenibilidad en el mercado aportando un desarrollo económico positivo en la ciudad de Villavicencio.

### **Regional**

Kely Palva y German Vallejo (2017, pág. 11) ” Procesos productivos competitivos aplicados, según Clasificación Industrial Internacional Uniforme, Vivero El Edén en Restrepo-Meta”

El vivero el Edén, es una unidad productiva especializada en el producir plantas ornamentales, frutales y forestales comprometida con el medio ambiente y la calidad de los productos, está ubicado en la vía antigua a Cumaral Meta, esta unidad trabaja distribuyendo material para los demás viveros ubicados en Restrepo, Villavicencio, Guamal, San Martin, Tauramena Casanare y Saravena Arauca. Con el análisis que se realizó a la unidad productiva a través de una encuesta interna pudimos determinar, las falencias con las que cuenta, por lo cual se tienen que establecer estrategias nuevas para darle solución a estas necesidades del mercado, para promover el fortalecimiento de la unidad productiva en el sector empresarial, mediante la

formulación de estrategias de mercado competitivas que busquen analizar otros posibles segmentos de mercado.

Este trabajo, sirve como apoyo para la búsqueda de debilidades que pueda tener el Vivero Café Sembrarte, utilizando una matriz DOFA estableciendo estrategias, buscando promover el fortalecimiento para mejorar la productividad y la estructuración.

José David Patiño (2018) “El emprendimiento en Colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible” En la actualidad, la economía se ve sometida a gran cantidad de cambios y contracciones, que obligan a la búsqueda de alternativas que permitan la sostenibilidad, crecimiento e implantación de mecanismos, que generen a futuro soluciones perdurables que arraiguen las bases del desarrollo de cualquier país.

Este artículo muestra los cambios de la economía, y como los pequeños empresarios son sometidos a buscar soluciones para no quebrar y mantenerse en el mercado de competitividad, permitiendo evidenciar la sostenibilidad del desarrollo en la economía.

### **Marco teórico**

Se utilizará información de teorías, teniendo en cuenta autores que han escrito sobre cómo garantizar la continuidad y sostenibilidad de una empresa, de cómo analizar factores a tener en cuenta al momento de ejecutar el proyecto, teniendo el análisis del mercado y cuales podrían ser las soluciones a las incidencias que trae el llevar en marcha el proyecto, estableciendo un posicionamiento del vivero café sembrarte en el municipio de Villavicencio.

La administración es una ciencia que estudia a las empresas y las organizaciones, se concentra organizar planear y verificar cada uno de los procesos que la implican, para reforzar este concepto hablamos de la transición del hombre económico al hombre administrativo y de este al hombre social, (Murillo, 2007) que refiere la

evolución del paradigma clásico o tradicional al paradigma neoclásico o reformista y de allí al paradigma del capitalismo industrial, supone una complementariedad teórica progresiva para atender las nuevas presiones del entorno sobre las organizaciones. Para tiempos más recientes, la gestión ha tenido que entenderse con el clima de la globalización y el tema de la competitividad que trae consigo. La administración más que una disciplina nos enseña lo importante que son estas técnicas para lograr una planeación, dependiendo del entorno donde se apliquen, una ejecución de lo planeado, continuando por verificar aquello que se ejecutó que es el diagnóstico de una serie de aspectos con los cuales se garantiza de cierta manera los objetivos o metas planteadas, de los resultados de esta etapa se toman las medidas correctivas y preventivas para futuras situaciones.

Se tomará como base, teorías relacionadas con la organización en el mercado, para este punto se tendrá en cuenta lo planteado Humberto Ponce (2006) en el cual argumenta el análisis FODA que consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce, 2006, pág. 2)

Esta matriz permite encontrar los factores externos (oportunidades y amenazas) y los factores internos (debilidades y fortalezas) generando el desarrollo de estrategias para el bienestar del Vivero Café Sembrarte.

Según lo planteado por Joaquín Alegre Vidal “La matriz PEYEA es un instrumento que puede ayudar a estudiar la adecuación de la estrategia en una organización dada” (Vidal, 2004)

Esta matriz determina los cuatro factores fuerza financiera, ventaja competitiva, fuerza de las industrias y estabilidad ambiental, permitiendo analizar la estabilidad y crecimiento en el mercado.

“La matriz de posición estratégica y evaluación de acciones es otra herramienta importante. Su esquema de cuadrantes indica si las estrategias agresivas, conservadoras, defensivas o competitivas son las más adecuadas para una organización” (David, F. 2008).

Fred. R David, menciona “La matriz del BCG permite a una organización administrar su cartera de negocios analizando la parte relativa del mercado que está ocupando y la tasa de crecimiento de la industria de cada una de las divisiones con relación a todas las demás divisiones de la organización” (David, 2003)

Esta matriz permite identificar los cuatro cuadrantes

1. Las que tienen posición en el mercado, y una pequeña parte se encuentra en las industrias de crecimiento
2. Las que representan las oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de las empresas a largo plazo.
3. Las de gran participación en el mercado.
4. Las que participan en el mercado y compiten en una industria que no presenta crecimiento.

También se trabajara con lo planteado en el libro administración financiera fundamento y aplicación (garcía, 2009), está enfocado en la ejecución de crear los costos de

presupuesto, balances generales, estados de resultados, análisis de capital de trabajo, modelos combinados de caja y recursos, flujos de caja entre otros, que le permiten realizar las empresas su viabilidad financiera con la finalidad de conocer las oportunidad que posee la empresa para su funcionamiento.

Estudio Técnico De acuerdo con (Papanek & Harris, 1962 - 1970), cuando ciertas condiciones económicas son favorables, el emprendimiento y el crecimiento económico toman lugar, el desarrollo emprendedor es una función de los incentivos económicos, es decir, el vínculo entre las ganancias económicas y el impulso interno puede dar lugar al desarrollo emprendedor y la ganancia económica se considera como la condición suficiente para el origen de las iniciativas emprendedoras en la economía (Mohanty, 2006). Las personas por naturaleza tendemos a buscar forma de obtener ganancias para subsistir, suplir las necesidades básicas y necesarias, es algo natural si te mueves el mundo o la necesidad te mueve.

El emprendimiento se puede concluir que nace de una necesidad de ganancia económica y el impulso interno que genera y da paso a la imaginación e idea de un proyecto, los proyectos con fines sociales están promovidos por un beneficio colectivo, donde un grupo de personas se ven beneficiadas, sobre todo aquella población más vulnerable de la sociedad, la teoría de la necesidad del logro desarrollada por McClelland (1961) explica que los seres humanos tienen necesidad de tener éxito. Los emprendedores son impulsados por esta necesidad de lograr sobresalir, la necesidad de logro puede ser el único factor personal

convinciente relacionado con la creación de una nueva empresa. La evidencia adicional sugiere que algunos emprendedores exhiben un comportamiento levemente amante del riesgo estas personas prefieren los riesgos y desafíos de aventurarse a la seguridad de un ingreso estable.

Según (Roa, M, s.f), representante de Ashoka, indica que son 3 las características de los emprendedores Sociales, innovación, estrategia, e impacto. Por otra parte, de acuerdo a la revisión bibliográfica, se identifican diferentes clases de emprendedores sociales. Otro concepto interesante es: en el que los emprendedores sociales son entendidos como “fuerzas transformadoras”; agentes con nuevas ideas para abordar problemas importantes y que son incansables en la consecución de sus ideas, gente que sencillamente no aceptará un “no” por respuesta, que no abandonará hasta que haya difundido sus ideas todo lo posible.

(Posso Ch, Chica , & Montoya, pág. 5) Las cifras que presenta GEM emprendimiento social (2011) muestran datos interesantes en cuanto a la consolidación de emprendimientos sociales en Colombia. Junto con Argentina son los países con mayor porcentaje de emprendimientos en etapa inicial y/o emprendimientos ya establecidos. En Colombia la actividad de emprendimiento social ha venido desarrollándose de manera importante desde inicios del presente siglo. Entidades gubernamentales como ANSPE a través de su red de proyectos sociales y su actividad Hilando Proyectos, apoya diferentes agrupaciones que realizan emprendimientos sociales entre las que se cuentan Ahmsa, la Fundación Alpina, la Fundación Social, entre otras.

(Gutierrez, 2007) Empresariado en Colombia lidera y participa en múltiples iniciativas con impacto en la sociedad. Sus contribuciones tienen una trayectoria histórica destacada. En la década de 1960 surgieron fundaciones de origen empresarial que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad de sus intervenciones. La inversión social de las empresas, aunque no tiene relación directa con su negocio, genera beneficios como imagen, compromiso y sentido de pertenencia de sus empleados. En Colombia hay por lo menos tres modelos diferentes de inversión de las empresas en la sociedad: i) unas han decidido crear sus propios programas al interior de la empresa; ii) otras han decidido crear una organización aparte (e.g. una fundación, una corporación o una asociación) o apoyar una organización sin fines de lucro ya existente; y iii) algunas más participan en programas sociales liderados por otros (i.e. iniciativas de un gremio, de una organización sin fines de lucro ya existente, de una red específica o del gobierno de turno). Las fundaciones empresariales y las fundaciones con empresas tienen una estrecha relación con una empresa particular y su rango de acción es amplio (pág. 6.)

### **Estudio Técnico**

El estudio técnico nos permitirá realizar un diagnóstico de la viabilidad para poder realizar el estudio de factibilidad del proyecto, se analizan los recursos que se obtienen, la infraestructura, la planta física la infraestructura, la tecnología, mano de obra, aquellas operaciones que hacen parte del objetivo del negocio, los costos debemos analizarlos en referencia a los ingresos, deben ser coherentes y buscar las estrategias que impulsen el

crecimiento, el proceso de producción y transformación de las plantas, el tiempo de crecimiento, los espacios, cuanto personal debe ocuparse de ciertas tareas.

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Rosales, 2005)

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Bacca, 2010)

### **Estudio de mercado**

Es necesario realizar el estudio de mercado en primer lugar, para conocer los puntos clave como los canales de comercialización, publicidad, precios, calidad, promoción entre otros, con esto se facilitará el posicionamiento de los productos en el mercado, permitiendo realizar mejoras en el proceso de las ventas.

El estudio de mercado se divide en dos segmentos:

El primero. Este nos permite evidenciar las pruebas tradicionales como las entrevistas, encuestas, observación de los productos en los puntos de venta esta es la más usado en las empresas, por sus confiables resultados efectivos.

Segundo. Los empresarios lo usan por su bajo costo y que son accesibles, pero no son confiables por su baja validez.

### **Estudio Administrativo**

El estudio administrativo es aquella información que nos ayudara a organizar y administrar los recursos necesarios para poner en marcha el objetivo inicial del proyecto, se identificaran las necesidades de recursos humanos, asignación de recursos y responsabilidades, aquí se debe organizar las estrategias organizacionales, estructura jerárquica, aspectos legales y fiscales, aspectos laborales y sociales, documentar el procedimiento de la parte operativa con el fin de llevar un control dual. El estudio ambiental se desarrolla realizando un diagnóstico de la localización del establecimiento, los elementos que se requieren para el desarrollo de sus funciones, si esto afecta de forma positiva o negativa al medio ambiente que lo rodea, se realiza un inventario ambiental con las instrucciones adecuadas para este fin.

### **Estudio Económico**

El estudio económico es una de las fases más importantes en un proyecto, para este se realiza con anterioridad un estudio de viabilidad, con el propósito de analizar si su puesta en marcha es factible o no, se deben tener en cuenta todos y cada uno de los factores que intervienen en el proceso y que pueden suponer una gran riesgo para el éxito del proyecto, conocer la inversión económica necesaria y como se va financiar de ahí en adelante, estimar de una forma razonable los costos y gastos para su sostenibilidad y sustentabilidad en el tiempo, valorar de forma concreta los posibles ingresos o beneficios que puede generar el proyecto.

### **Estudio organizacional**

Para realizar un estudio organizacional se debe tener en cuenta una serie de

recomendaciones

Permite determinar la capacidad operativa con el fin de conocer y evaluar las fortalezas y debilidades y así tener en cuenta el manejo de las etapas de

inversión, mantenimiento y operación ejecutando una estructura organizacional y un proceso.

Para el diseño de la Estructura Organizacional se siguen los siguientes pasos:

- Defina los objetivos generales de la empresa; debe existir concordancia entre la estructura organizacional y los objetivos.
- Elabore un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos.
- Defina cuál de estas actividades se subcontratará y cuales se harán de manera directa.
- Para las actividades que se atenderán directamente, agrupe las tareas y actividades relacionadas o afines en subsistemas.
- Identificar las funciones específicas que debe cumplir cada subsistema.
- Identificar las necesidades de Recurso Humano de cada subsistema.
- Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo
- Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
- Elaboración del Organigrama
- Descripción de las funciones de cada cargo. (Estudio organizacional, 2014)

### **Estudio Financiero**

Permite analizar la viabilidad del proyecto tomando como base los recursos que tenemos disponibles y el coste de producción. El objetivo de este estudio es identificar la

viabilidad en términos de rentabilidad económica, este estudio es fundamental para recopilar y analizar los riesgos de un proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad.

De acuerdo con (Papanek & Harris, 1962 - 1970), cuando ciertas condiciones económicas son favorables, el emprendimiento y el crecimiento económico toman lugar, el desarrollo emprendedor es una función de los incentivos económicos, es decir, el vínculo entre las ganancias económicas y el impulso interno puede dar lugar al desarrollo emprendedor y la ganancia económica se considera como la condición suficiente para el origen de las iniciativas emprendedoras en la economía (Mohanty, 2006). Analizando esta teoría el emprendimiento se puede concluir que nace de una necesidad de ganancia económica y el impulso interno que genera y da paso a la imaginación e idea de un proyecto, los proyectos con fines sociales están promovidos por un beneficios colectivo, donde un grupo de personas se ven beneficiadas, sobre todo aquella población más vulnerable de la sociedad, la teoría de la necesidad del logro desarrollada por McClelland (1961) explica que los seres humanos tienen necesidad de tener éxito. Los emprendedores son impulsados por esta necesidad de lograr sobresalir (Pervin, 1980; Johnson, 1990). Según Shaver y Scott (1991) la necesidad de logro puede ser el único factor personal convincente relacionado con la creación de una nueva empresa. La evidencia adicional sugiere que algunos emprendedores exhiben un comportamiento levemente amante del riesgo (Brockhaus, 1980). Estas personas prefieren los riesgos y desafíos de aventurarse a la seguridad de un ingreso estable (Eisenhauer, 1995).

Según (Roa, M, s.f), representante de Ashoka, indica que son 3 las características de los emprendedores Sociales, innovación, estrategia, e impacto. Por otra parte, de acuerdo a la revisión bibliográfica, se identifican diferentes clases de emprendedores sociales. Otro concepto interesante es: en el que los emprendedores sociales son entendidos como “fuerzas transformadoras”; agentes con nuevas ideas para abordar problemas importantes y que son incansables en la consecución de sus ideas, gente que sencillamente no aceptará un “no” por respuesta, que no abandonará hasta que haya difundido sus ideas todo lo posible” (Bornstein, 2005, p. 96).

(Posso Ch, Chica , & Montoya, pág. 5) Las cifras que presenta GEM emprendimiento social (2011) muestran datos interesantes en cuanto a la consolidación de emprendimientos sociales en Colombia. Junto con Argentina son los países con mayor porcentaje de emprendimientos en etapa inicial y/o emprendimientos ya establecidos. (Franco, 2014, p.p 11). En Colombia la actividad de emprendimiento social ha venido desarrollándose de manera importante desde inicios del presente siglo. Entidades gubernamentales como ANSPE a través de su red de proyectos sociales y su actividad Hilando Proyectos, apoya diferentes agrupaciones que realizan emprendimientos sociales entre las que se cuentan Ahmsa, la Fundación Alpina, la Fundación Social, entre otras.

Siguiendo a Gutiérrez, (pág. 6) el empresariado en Colombia lidera y participa en múltiples iniciativas con impacto en la sociedad. Sus contribuciones tienen una trayectoria histórica destacada. En la década de 1960 surgieron fundaciones de origen empresarial que hoy se mantienen y sobresalen por la cantidad y calidad

de sus intervenciones. La inversión social de las empresas, aunque no tiene relación directa con su negocio, genera beneficios como imagen, compromiso y sentido de pertenencia de sus empleados. En Colombia hay por lo menos tres modelos diferentes de inversión de las empresas en la sociedad: i) unas han decidido crear sus propios programas al interior de la empresa; II) otras han decidido crear una organización aparte (e.g. una fundación, una corporación o una asociación) o apoyar una organización sin fines de lucro ya existente; y III) algunas más participan en programas sociales liderados por otros (i.e. iniciativas de un gremio, de una organización sin fines de lucro ya existente, de una red específica o del gobierno de turno). Las fundaciones empresariales y las fundaciones con empresas tienen una estrecha relación con una empresa particular y su rango de acción es amplio.

### **Marco Conceptual**

**Adaptabilidad al Cambio:** Modificando si es necesario la conducta para alcanzar determinados objetivos cuando surgen dificultades, nueva información o cambios del medio, ya sean del entorno exterior, de la propia organización, del cliente o de los requerimientos del trabajo en sí (Lopez & Ochoa Morales , 2014)

**Emprendimiento:** Proviene del francés ‘entrepreneur’, que significa «pionero», y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a una nueva empresa o proyecto que inicia una persona o grupo de personas (Raffino, 2020)

Emprendimiento Social: “Es la puesta en marcha de una empresa cuyo objetivo final no es la maximización del beneficio económico, sino la creación de valor para la sociedad”. (Carazo Alcalde , 2020)

Emprendedor: Aquella persona que organiza y regula las operaciones de una o varias empresas según Peter Druker en 1964 un emprendedor busca el camino, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, en emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso (Lopez & Ochoa Morales , 2014)

Emprendedor Social: Busca generar un cambio positivo en el mundo a través de su emprendimiento. Ese esfuerzo, es lo que le motiva y lo que guía sus decisiones. Sin embargo, también busca hacer que su emprendimiento sea económicamente viable, como cualquier otro emprendimiento. (Education, 2020)

Innovación: Según Joseph Schumpeter el establecimiento de una nueva función de producción. La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico, y quienes implementan ese cambio de manera práctica son los emprendedores (Lopez & Ochoa Morales , 2014)

Proyecto de Inversión: Es aquel que requiere recursos para su ejecución y que son evaluados financieramente para ver su factibilidad económica, contrastados con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica. (OrellanaNirian, 2020)

Proyecto de vida: es la dirección que el hombre se marca en su vida, a partir del conjunto de valores que ha integrado y jerarquizado vivencialmente, a la luz de

la cual se compromete en las múltiples situaciones de su existencia, sobre todo en aquellas en que decide su futuro, como son el estado de vida y la profesión.

(Lopez & Ochoa Morales , 2014)

**Sostenibilidad Empresarial:** Es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general, (Rodriguez Rojas , 2012)

**Sustentabilidad Empresarial:** Es la capacidad para hacer un uso consciente y responsable de sus recursos, sin agotarlos o exceder su capacidad de renovación, y sin comprometer el acceso a estos por parte de las generaciones futuras.

(Anonimo, 2018)

**Vivero:** Un vivero es una infraestructura agrícola destinada a la producción de plantas, que pueden ser forestales, frutales u ornamentales. (Navarro, 2016)

### **Marco legal**

Con base en la guía de emprendimiento desarrollado por el Ministerio de la Protección Social, y otras fuentes como Superintendencia de Economía Solidaria, Ascoop, a continuación, se relacionan las normas aplicables al tema objeto de estudio.

Constitución Política de Colombia

Principalmente, su artículo 38 sobre libertad de asociación, artículos 333 sobre libertad económica y 158 sobre unidad de materia.

Ley 2010 de 2019

Por medio de la cual se adoptan normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y

eficiencia del sistema tributario, de acuerdo con los objetivos que sobre la materia impulsaron la Ley 1943 de 2018 y se dictan otras disposiciones.

Ley 1314 de 2009

Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento.

Ley 1014 de 2006

Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. Corte constitucional de Colombia.

Ley 905 de 2004

Por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 789 de 2002

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código sustantivo del trabajo.

Ley 550 de 1999

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

#### Ley 454 de 1998

La cual determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, el Fondo de Garantías para las Cooperativas, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones.

#### Ley 344 de 1996

Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al SENA.

#### Decreto 2706 de 2012.

Hace referencia a la forma en la que las Mis pymes deben implementar las NIIF, de manera que sea posible la generación de estándares internacionales de contabilidad y de información financiera para unificar la manera en la que se presenta y revela.

#### Decreto 934 de 2003

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del fondo emprender fe. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el fondo emprender fe como una cuenta independiente y especial adscrita al servicio nacional de aprendizaje, SENA, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

#### Código de comercio para guía de emprendimiento

Título III, artículo 294. Constitución de sociedades colectivas.

Título IV, artículo 323. Constitución de sociedades en comandita.

Título IV, cap. II, artículo 337. Constitución de sociedades en comandita simple.

Título IV, cap. III, artículo 343. Constitución de sociedades en comandita acciones.

Título V, artículo 353. Constitución de sociedades de responsabilidad limitada.

Título VI, artículo 373. Constitución de sociedades anónimas.

Título VII, artículo 461. Constitución de sociedades de economía mixta.

Título VIII, artículo 469. Constitución de sociedades extranjeras.

Título IX, artículo 498. Constitución de sociedades mercantiles de hecho.

Sentencia c-392 de 2007

La sala plena de la corte constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de empresas unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la ley 1014 de 2006 “ley de fomento al emprendimiento”. De acuerdo con la sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 SMMLV se constituyen y vigilan como empresas unipersonales.

Sentencia c-448 del 3 de mayo de 2005

Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la dirección de apoyo fiscal del ministerio de hacienda”, contenida en el artículo 21 de la ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la constitución política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las MiPymes.

Proyecto de Ley. 20 de julio de 2020.

Por la cual se “Impulsa el Emprendimiento en Colombia y se dictan otras disposiciones”. Tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el

emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad.

### Marco geográfico

Villavicencio es una ciudad de colombiana, capital del departamento del Meta, y es el centro comercial más importante de los Llanos Orientales. Está situada en el Piedemonte de la Cordillera Oriental, al noroccidente del departamento del Meta, en la margen izquierda del río Guatiquía y cuenta con una población urbana de 407 977 habitantes en 2010.1 Presenta un clima cálido y muy húmedo, con temperaturas medias de 27 °C.

El comercio es el sector más dinámico, debido que a través de Villavicencio se canaliza hacia Bogotá y otras ciudades del interior la mayoría de productos agropecuarios y agroindustriales del llano, siendo denominada la despensa de Colombia. La actividad económica es dinámica y se encuentra principalmente en el comercio, la agricultura, la ganadería y la explotación del petróleo y gas en el campo de Apiay. (Villavicencio I. d., s.f.)

Ilustración 1. Mapa Villavicencio



Fuente. Google maps

El sector donde se realizará la investigación es en el barrio el rodeo, ubicado en la comuna cinco de la ciudad de Villavicencio, allí se encuentra el centro de operaciones del proyecto Vivero Café Sembrarte.

## **Metodología**

### **Tipo de investigación**

La investigación descriptiva es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. Procura brindar información acerca del qué, cómo, cuándo y dónde, relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al “por qué” ocurre dicho problema. Como dice su propio nombre, esta forma de investigar “describe”, no explica. (Jervis, s.f.)

Según Méndez (s.f.) la investigación descriptiva “es la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación; cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.” (Erazo Valencia & Cabrera Monroy, 2018, pág. 125 )

Por lo anterior el tipo de investigación de este proyecto será de carácter descriptivo, su alcance es determinar aquellas características de cada uno de los diferentes estudios para formular y evaluar la factibilidad económica y financiera del emprendimiento social del vivero café-sembrarte, en donde se analizará la decisión de inversión, de la conveniencia o no de asignar unos recursos que garanticen la sostenibilidad, sustentabilidad y perdurabilidad del proyecto en el mercado.

El proyecto tiene como objetivo un estudio de factibilidad económico y financiero que contribuya al emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta. Por ello, se

aplicará el método de investigación cualitativo y cuantitativo, que permita conocer y analizar la realidad económica y financiera del mismo. Su unidad de análisis se verá enfocado a un grupo aproximado de 50 mujeres, quienes están siendo atendidas por el Centro de Desarrollo Integral CDI, programa liderado por la Corporación Minuto de Dios, por cuanto se trata de mujeres vulnerables por su condición femenina en su entorno social, donde están dispuesta a adoptar nuevas prácticas en el cultivo y comercialización de suculentas (producto estrella) y otras plantas, materas caseras y abonos para el sustento de las mismas, muy diferentes a las convencionales.

### **Instrumentos de la recolección de la información**

#### **Fuentes primarias**

Para la realización del diagnóstico inicial del emprendimiento social vivero café sembrarte para definir su situación actual, se llevará a cabo con el diseño y aplicación de una encuesta para caracterizar la competencia y la demanda potencial, la encuesta de la competencia se componen de 12 preguntas realizadas a los dueños de los viveros en la ciudad de Villavicencio, la segunda encuesta de la demanda potencial se compone de 23 preguntas la cual se enfoca en la recolección de información link

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdJDx7RNDsGZeT04B3a6Z\\_B2HDmM7IKhgdxOEG883zF2zCISg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdJDx7RNDsGZeT04B3a6Z_B2HDmM7IKhgdxOEG883zF2zCISg/viewform) mediante procesos de observación y análisis de datos que se harán periódicamente mediante visitas al vivero, también se realizará una entrevista a la señora coordinadora del proyecto con la finalidad de tener un conocimiento y una mayor comprensión del funcionamiento y procedimientos que se llevan a cabo en el vivero.

## **Fuentes Secundarias**

Como fuentes de información secundaria a las que se acudirán para la recolección de información, son contenidos de libros, textos, artículos de revistas, trabajos de grado, monografías, otros documentos escritos relacionados con la temática de estudio como también se contarán con asesorías con los docentes de la universidad Minuto de Dios.

## **Muestra**

Tomamos como fuente de información para la muestra los resultados del DANE denominado proyecciones de la población municipal proyección de 2018 a 2028, la muestra se realiza con base a esta información con una población para el año 2021 de 155.970 hogares, podemos observarlo en la tabla 1 proyección de crecimiento número de familias de Villavicencio, para la toma de muestra aplicamos la fórmula establecida para este fin, figura 21, se despeja con los valores correspondientes como lo muestra la figura 22 desarrollo de la fórmula de la encuesta, nos da como resultado 398,98 para tomar un dato cerrados lo dejamos en 390 encuestas, se estable un tiempo para la aplicación a este número de hogares, con estos resultados se procede a desarrollar el estudio de la demanda y los presupuestos económicos.

## **Procedimiento**

Inicialmente se realizará el diagnóstico actual de la situación económica y financiera del proyecto Vivero Café Sembrarte, teniendo en cuenta que el proyecto se encuentra en funcionamiento, pero de manera informal. Se desarrollará bajo las metodologías del diagnóstico y análisis organizacional, donde se describirán los factores internos y externos que puedan afectar positiva o negativamente al proyecto Vivero Café Sembrarte.

Una vez realizado el diagnóstico organizacional, se procede a formular el estudio de mercado, el cual se analizará el producto (suculentas y otros), la oferta, la demanda, los precios, la competencia, los canales de distribución y la comercialización. Este estudio constituye una

fuente de información de suma importancia no solo por estimar la demanda sino porque permite la proyección de los costos y definir precios.

Establecido el estudio de mercado, se deberá estructurar el estudio técnico, en el cual se determinara las características de la composición optima de los recursos físicos que permite conocer los requerimientos de obras civiles, los materiales, la maquinaria y equipos y su vida útil, asimismo el estudio organizacional y administrativo permitirá definir el direccionamiento estratégico: misión, visión, objetivos institucionales, principios y valores, logotipo y eslogan; de acuerdo al modelo de negocio se propondrá un organigrama con sus perfiles de cada cargo, funciones, procedimientos y responsabilidades de acuerdo al nivel jerárquico establecido. En este sentido, se reflejará la responsabilidad social del proyecto hacia sus colaboradores y sus familias, hacia la sociedad en general y el aporte al cuidado del medio ambiente, con relación al cumplimiento de la normatividad aplicable.

Definidos los estudios de mercado, técnico y organizacional, se procederá a realizar el estudio económico y financiero, el cual conforma de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación. Para lo cual, se requiere: determinar el monto de inversión total requerido y el tiempo en que será realizada, elaborar el presupuesto de ingresos, costos y gastos de operación en que se incurrirá, análisis de los costos y gastos (fijos y variables) y presentar los informes financieros proyectados que permitan conocer la viabilidad económica.

Finalmente, tomando como base los informes financieros proyectados, se valorará el proyecto en términos de rentabilidad con respecto a las variables económicas y financieras del mercado. Se aplicarán los indicadores para evaluación de proyectos de inversión, como el valor

presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), la tasa interna de oportunidad (TIO) y el punto de equilibrio.

## **Resultados**

### **Análisis interno**

A partir de este enunciado inicia el desarrollo el primer objetivo específico del proyecto, se realiza la elaboración de un diagnóstico del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio para conocer su situación actual, evaluar cada una de las áreas y por ende determinar las debilidades y fortalezas, ayudando a definir estrategias para llegar al mejoramiento de competitividad del emprendimiento.

El vivero café sembrarte es un emprendimiento social sin ánimo lucro dedicada a la venta de suculentas y otras plantas, materas caseras y abonos para el sustento de las mismas, en la ciudad de Villavicencio, es un emprendimiento social dirigido por mujeres víctimas de la violencia, el maltrato interpersonal, el desempleo y la falta de oportunidades, no se encuentra formalizado y tampoco cuenta con una estructura administrativa, financiera ni de mercadeo que le permita fortalecer su proyección en el mercado. no cuenta con una base de datos consolidada y no realiza seguimientos de ventas, no cuenta con experiencia en el sector, son nuevos en la competencia lo que dificulta el desarrollo de la obtención de información.

Este emprendimiento social se fundó con el objetivo de obtener beneficios económicos mejorando de la calidad de vida de las mujeres que hacen parte del centro de desarrollo integral CDI.

Hoy en día son tendencia los productos que cuidan el medio ambiente, como las suculenta y plantas son llamativas para el hogar, eventos, restaurantes, oficinas, colegios, entre otros, son tendencia por su variedad de plantas, colores y las materas personalizadas hacen que este producto sea llamativo, al cambiar los espacios, sirviendo como decoración y dando un ambiente de relajación. Como se estipulación en las fuentes de información primarias, unas de las

herramientas son las encuestas, que en primera instancia se desarrollan tres, para este análisis tomamos la encuesta realizada a la directora del Vivero la señora Leila Guzmán quien hace parte del centro de desarrollo integral, realizamos una entrevista online utilizando la herramienta de meet con un cuestionario de preguntas, como el número de mujeres a trabajar las cuales son 50 mujeres, que se va a trabajar la producción en cada uno de los hogares de estas mujeres, a cada una de las mujeres se les entrega un kit de herramientas para la producción y elaboración de suculentas y materas, ellas han aprendido de manera manual y empíricamente y la universidad minuto de Dios cuenta con una profesional agrónoma que es especialista en la producción de suculentas, también, nos confirmó que la estrategia de venta se contempla en llevar a las mujeres a los diferentes eventos municipales, donde por medio de las alcaldías se adecuan los espacios para que ellas tenga su stan de ventas, por medio de la fundación bolívar Davivienda recibieron una donación de 20 millones de pesos, que por medio del CDI han sido administrador para la compra de recursos y herramientas para que ellas trabajen, ellas están recibiendo capacitaciones para conocimientos contables y administrativos, se realiza un proceso de formación antes de iniciar todo el proceso de entrega de herramientas y kit, debido a la pandemia el proyecto se detuvo, y se planteó la estrategia que cada una trabaje desde sus casas.

**Misión**

El vivero café sembrarte es un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de suculentas, materas caseras y abonos, ofreciendo calidad y variedad creando espacios ambientales en cada uno de los lugares a los que se adquiere, ayudando a contribuir en el cuidado del medio ambiente.

**Visión**

Llegar a convertirnos en un emprendimiento sostenible que permita el crecimiento de la producción de suculentas y materas caseras, el reconocimiento a nivel nacional, y marcar una diferencia en la compra de nuestros clientes, generando un excelente trabajo de calidad y nuevas creaciones que generen un cambio de innovación.

---

**Cuadro 1 Análisis DOFA**


---

**Matriz DOFA**


---

<b>Debilidades</b>	<p>El vivero café sembrarte contiene diversos factores que la debilitan, no tiene una organización administración, financiera ni de mercadeo, no cuentan con un plan de acción, la pandemia del covi19 afectado que tengan que trabajar desde sus casas esto dificulta el seguimiento y control.</p> <p>El espacio que había sido destinado para la producción y comercialización de las plantas presenta un problema que no tiene desagüe y se inunda cada vez que hay invierno o llueve muy fuerte. No cuentan con una cuenta de ahorro para imprevisto a futuro.</p> <p>La falta de reconocimiento y publicidad en el mercado sobre este emprendimiento social y el producto que ofrecen.</p> <p>El desistimiento de las mujeres por falta de interés o problemas intrafamiliares.</p>
<b>Oportunidades</b>	<p>Podemos evidenciar oportunidades de crecimiento personal conocimiento técnico y mejorar las técnicas de producción y de comercialización, como base realizamos una encuesta a cuatro viveros de la ciudad de Villavicencio para realizar una comparación del producto, como precios, canales de distribución, medios de comunicación, unidades vendidas, proveedores. Buscar nuevos eventos para la presentación del proyecto, captar organizaciones unipersonales y empresariales. Las personas requieren decoraciones, para sus lagares más habituales, hoy en día está de moda la cultura ambiental y el cuidado de la naturaleza, esta es la oportunidad para obtener mayores ventas y ofrecer una decoración que genera eso que todos buscan con la cultura ambiental.</p>
<b>Fortalezas</b>	<p>Cuenta con el apoyo del centro de desarrollo integral, las instalaciones, el apoyo de los profesores en cuanto a capacitación y conocimiento, la iniciativa de las mujeres en aprender y asistir a las instalaciones todos los días con la mejor actitud, las donaciones de las diferentes organizaciones unipersonales y privadas que portan su grano de arena. Favorece la cultura ambiental ayudando a beneficiar la creencia del cuidado al medio ambiente, generando una imagen cultural con el manejo de las suculentas y los cactus en los hogares, en el trabajo y otros lugares más habituales.</p>
<b>Amenazas</b>	<p>Una amenaza del proyecto social es el desistimiento de las mujeres, la continuidad de la pandemia de covi19 que no permite la presencialidad del trabajo y producción continua de las plantas o un confinamiento. Algún tipo de desastre natural que afecte la producción de las suculentas como inundaciones, la falta de recursos económicos a futuro de los donadores voluntarios.</p>

*Fuente: elaboración de Autoras*

FO: se maneja la fuerza para producir oportunidades

FA: se utilizan las fortalezas para impedir las amenazas

DO: manejar las oportunidades para vencer las debilidades

DA: disminuir las debilidades y amenazas

## **Estudio de mercado**

### **Descripción el Producto**

En este espacio se desarrolla el objetivo específico numero dos que es la formulación del cálculo del mercado para el emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio Meta, la segmentación del mercado se basa en primera instancia en la descripción del producto denominado suculentas, cactus y materas personalizadas, estas plantas generan una fuente inagotable de energía, son consideradas un símbolo de equilibrio y un talismán protector para aquellos que viven bajo su mismo techo, se caracterizan por acumular agua y nutrientes en sus tejidos, así, pueden adaptarse sin problema al hábitat en el que se encuentren, gracias a ello, pueden sobrevivir en terrenos áridos y secos. pueden crecer en tantos lugares versátiles tiene una gran variedad de plantaciones raros y sorprendentes formas, una diversidad de colores, son uno de los grupos de plantas más populares en los jardines modernos, porque son fáciles de cultivar, resistentes, tolerantes a la sequía.

Existen gran variedad de estas plantas, cada una de ellas tienen un proceso de cuidado especial según su clase, explicaremos cada una de ellas y sus cuidados en general, primero abarcaremos unas especificaciones u recomendaciones en general para hacernos una idea de que productos se van a tratar

## **Plantas suculentas**

Las Características de Las suculentas son un grupo de plantas que almacenan agua en sus hojas, Las hojas tienden a ser gruesas y carnosas, pero algunos géneros y especies tienen hojas más gruesas que otras.

Las suculentas tienden a prosperar en climas secos y no les gusta mucho la humedad, prefieren temperaturas cálidas y no son capaces de resistir un frío intenso, Debido al agua almacenada en sus hojas. Las suculentas tienden a cambiar a un color diferente cuando están expuestas a más luz solar de la que están acostumbrados, Cuando están expuestas por completo, su color varía desde rosas, naranjas y púrpuras hasta casi negro y rojo. (avenue, 2016)

## **Cactus**

Los cactus son perfectos para la decoración de los hogares, lugares de trabajo, jardines, entre otros, existen una gran variedad de cactus que por su origen no sobrevivirían a la intemperie, requiere de poca agua, además, pueden plantarse para formar parte de la ornamentación exterior, tiene tallos y raíces espinosas, Los tallos están hinchados y son carnosos, adaptados para la acumulación de agua, Sus tallos tienen una forma que conduce el agua de lluvia directamente a las raíces. Las cuales son extensas y superficiales, para absorber la mayor cantidad posible de agua en una gran superficie. (cactus.com.uy, s.f.)

**Figura 1** Cola de burro



Ejemplo de una planta suculenta cola de burro

Fuente: (Clubsuculentas, s.f.)

### Características de la planta suculenta cola de burro

- es una de las plantas suculentas más famosas por su curioso aspecto.
- Fue descrita por Reid Morgan en 1977
- es conocida como Sedum Burrito o Sedum Morganianum, en honor a su descubridor.
- Las hojas son muy carnosas, con forma ovalada
- Su peculiar crecimiento hace que las hojas se configuren en largos racimos que cuelgan de la planta.
- su aspecto similar a la cola de un pequeño burro. (Clubsuculentas, s.f.)

**Figura 2** *Cactus bola*



Ejemplo de una planta cactus bola

Fuente: (dreamstime, s.f.)

### Características de la planta cactus bola

- Los cactus son plantas en cualquier clima
- purifican el aire y despojan el ambiente de las ondas magnéticas
- Se recomienda un lugar cálido luminoso
- Su proceso de abonado puede generarse cada 6 meses
- En cuanto a sus flores, estas aparecen durante el período estival en las aréolas superiores y tras dos o tres años de vida
- La flor se abre solo por 3 días. (*planta, 2015*)

**Figura 3** *suculenta Dudleyas*



Ejemplo de una planta suculenta dudleyas  
Fuente: (Jardin, s.f.)

### Características de la planta suculenta dudleyas

- Son extraordinarias, ideales para tener en maceta o incluso en jardines de rocallas.
- Comprende alrededor de 40 especies, todas ellas distribuidas en el sudoeste de América del Norte.
- Son plantas de hojas carnosas, de colores verdosos o grises.
- pueden medir hasta **1m** de altura.
- habitan zonas donde las precipitaciones son tan escasas que pocas plantas pueden sobrevivir. (Dudleya, s.f.)
-

**Figura 4** *Suculenta echinopsis subdenudata*



Ejemplo de una planta suculenta echinopsis

Fuente: (wikiwand, s.f.)

#### **Características de la planta suculenta echinopsis**

- casi a nivel de la base hasta formar una colonia compacta.
- Flore de color blanco o rosa claro en son solo días.
- La floración se extiende desde la primavera hasta finales del verano.

(wikiwand, s.f.)

**Figura 5** *Suculenta Gallinas y pollitos*



Ejemplo de una planta suculenta pollitos

Fuente: (phoemix)

### Características de la planta suculenta gallinas y pollitos

- resistente al invierno
- Se pueden cultivar en interiores o exteriores y son una excelente selección para áreas donde no crecerá mucho.
- se pueden plantar en el suelo, Necesitan un suelo arcilloso que drene bien y se debe plantar a pleno sol.
- necesita temperaturas entre 65 y 75 grados Fahrenheit. No morirán si las temperaturas bajan o se disparan. *(Bricohogar.pro, 2020)*

**Figura 6** *Cereus*



Ejemplo de una planta cereus

Fuente: (urquieta)

### Características de la planta del cactus cereus

- suculenta de talla mediana (puede alcanzar un gran tamaño si se le dan las condiciones adecuadas)
- es para interiores y exteriores
- necesita de abundante luz
- es débil a él frio
- perfecta para dar un toque verde a ese rincón especial de nuestros hogares.  
*(urquieta)*

## Materas

las opciones disponibles a la hora de elegir las macetas son meramente estéticas. Lo único que debemos tener en cuenta es que se adecuen al tamaño de la planta, y que tenga un drenaje, estas son algunas opciones que favorecen el crecimiento de las plantas.

materas de barro: están hechas de tierra cruda y tiene muchos beneficios para las plantas, son permeables al aire, esto significa que el suelo y las raíces pueden respirar por lo tanto esto será más saludable para la planta, estas macetas de barro remueven el exceso de humedad, y se debe ser muy cuidadoso ya que son fáciles de romper si se caen, son

**Figura 7** *Matera de barro*



personalizables. (avenue, 2016)

Ejemplo del material de las materas que ofrecerá el vivero café sembrarte  
Fuente: (NATURALIZA, 2020)

Para la personalización de las materas del vivero café sembrarte se utilizará la técnica del puntillismo en materas de barro ya que estas son materas son ecológicas, no contaminan y son mejores para la adaptación de la planta.

**Figura 8** *Matera de barro decorada con puntillismo*



Decorado puntillismo en materas de barro  
Fuente: (EstiloyDeco, 2020)

### **Especificaciones técnicas**

¿Qué necesito para sembrarlas?

Semillero: puede ser una maceta, ya se de barro, cerámica, madera, una bandeja de corcho, un envase de leche, un vaso de plástico, Independientemente de lo que usemos, debe de tener agujeros en la base para el drenaje del agua.

Sustrato: podemos mezclar turba negra mezclada con perlita a partes iguales, utilizar vermiculita sola o mezclada con un 40% de turba negra, o mezclar arena de río lavada con turba negra al 50%.

Pulverizador: las semillas de las suculentas son muy pequeñas, de modo que es aconsejable regar con un pulverizador.

Etiqueta: para poner el nombre científico de la especie y la fecha de siembra.

¿Cómo sembrar las suculentas?

Ahora que lo tenemos todo, vamos a sembrar siguiendo este paso a paso:

1. Rellenar el semillero con el sustrato que hayamos escogido.
2. pulverizamos bien de manera que quede humedecido (pero no encharcado).

3. esparcimos las semillas por la superficie, tratando de que queden un poco separadas entre sí.
4. las cubrimos con una fina capa de sustrato y volvemos a pulverizar.

introducimos la etiqueta y colocamos el semillero en un lugar muy luminoso, pero sin sol directo.

### **Abonos**

Antes de utilizar abono en las suculentas hay que regarlas esto ayuda a que las raíces adsorban el fertilizante. Uno de los mejores fertilizantes para las suculentas es el humus de lombriz y emulsión de pescado, estos contienen más de 60 micronutrientes y minerales diferentes que incluyen potasio, hierro, carbono, cobre, magnesio, zinc y calcio.

### **Composta**

El compost se le llama oro negro por el gran valor que tiene en las plantas y en las suculentas también es de mucha eficacia solo se debe agregar una vez al año.

El compost o estiércol se fermentan en agua para hacer una infusión los nutrientes en el compost alimentan los diminutos órganos microscópicos que están en el suelo.

Productos complementarios: abonos, fertilizantes, compost, sustrato entre otros productos que favorezcan el cuidado y el crecimiento de las plantas, también asesorías de cómo prevenir que las suculentas y los cactus sufran daños, y una ficha técnica para el cuidado de esta.

**Durabilidad:** las suculentas y los cactus son un grupo de plantas con gran diversidad de especies su vida útil varía según el clima, la especie y el espacio, puede durar entre meses a varios años lo más común para algunas flores de la especie suculenta o cactus, es de 30 años si se tiene en un lugar de su agrado. No todas las especies se adecuan de la misma manera a los cambios climáticos pero son una especie de flores muy fuerte que resiste los cambios

climáticos, tienden a debilitarse algunas cuando entra el invierno ya que sus hojas retiene agua y el frío no, lo toleran pero en ocasiones sobreviven, en primavera se multiplican, y cambian su color y aspecto, se adaptan a cualquier suelo y crecen sin ningún problema, en la sequía son plantas que reservan agua por lo tanto no requieren de un regado constante, muchas de estas plantas requieren del sol directo para florecer.

Productos sustitutos o similares:

En el caso de la decoración hay otros productos sustitutos como los cactus y las suculentas artificiales, que generan una imagen similar pero solo como decoración, pero no de cultura ambiental. Por otro lado, si es para un producto ambiental sustituto están las plantas naturales o las flores, pero tienden a ser más difíciles en el cuidado y a marchitarse si no se les brinda un cuidado adecuada y constante.

### **Análisis de la oferta (competencia)**

En el municipio de Villavicencio existen diversos viveros que comercializan las plantas suculentas y cactus, como en vivero Mormis tienda, Green Gift, Decor ambientes vivero, vivero villa Francy, el objetivo es realizar encuestas a los cuatro viveros seleccionados, para analizar el comportamiento en el mercado, el precio, quienes son sus proveedores como manejan el proceso de plantaciones y demás características.

**Cuadro 2** *Comparación de la competencia*

	<b>Mormis Tienda vivero</b>	<b>Green Gift Cactus y Suculentas</b>	<b>Vivero Villa Francy</b>	<b>Decor Ambientes vivero</b>
<b>Ubicación</b>	Villavicencio Meta Monte Tabor	Villavicencio Meta	calle 35 # 6-59 57 seis de abril Villavicencio, Meta, Colombia	Centro comercial villa centró local 505
<b>Productos</b>	Eco Regalos con variedades de Suculentas y cactus, 1 año en el mercado.  Redes sociales:  <a href="https://www.facebook.com/SuculentasyCactusVillavicencio/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/SuculentasyCactusVillavicencio/?ref=page_internal</a>	Venta de cactus y suculentas, minijardines y terrarios, 1 año en el mercado.  Redes sociales:  <a href="https://www.facebook.com/Green-Gift-Cactus-y-Suculentas-Villavicencio-465948067573111/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/Green-Gift-Cactus-y-Suculentas-Villavicencio-465948067573111/?ref=page_internal</a>	Venta de cactus suculentas eco regalos personalizados, y toda clase de flores, 4 años en el mercado. Redes sociales:  <a href="https://www.facebook.com/viverovillafancy/">https://www.facebook.com/viverovillafancy/</a>	Vivero con Principios Ecológicos, Paisajismo, Diseño de Soportes, Macetas y Ornamentación, 4 años en el mercado Redes sociales:  <a href="https://www.facebook.com/Decor-Ambientes-Vivero-284253192397735">https://www.facebook.com/Decor-Ambientes-Vivero-284253192397735</a>

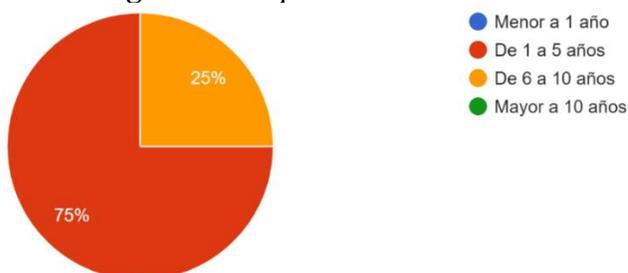
*Fuente: encuestas realizadas a los oferentes*

*Elaboración: Autoras*

### **Encuesta dirigida a los propietarios de viveros en Villavicencio**

Para la recolección de la información, se aplicó una encuesta a 4 viveros, en el cual contamos con el 100% de autorización el diligenciamiento de esta encuesta y la publicación de los resultados obtenidos con fines netamente académicos, para conocer el comportamiento del producto en el mercado, cual es el precio de adquisición de las plantas, que dificultades se presentan en la producción y comercialización con el fin de mitigar tal falencia generando un mayor rendimiento en el vivero café sembrarte.

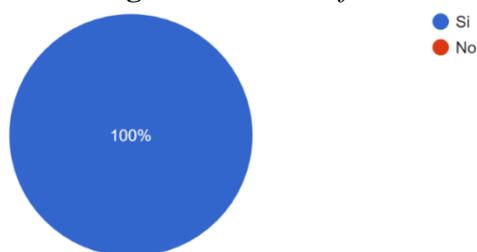
1. ¿Hace cuánto tiempo se encuentra el vivero en el mercado?

**Figura 9** *Competencia en el mercado*

Grafica de las encuestas aplicadas por autoras  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: 3 de ellos llevan en el mercado de 1 a 5 años y solo uno lleva de 6 a 10 años en el mercado.

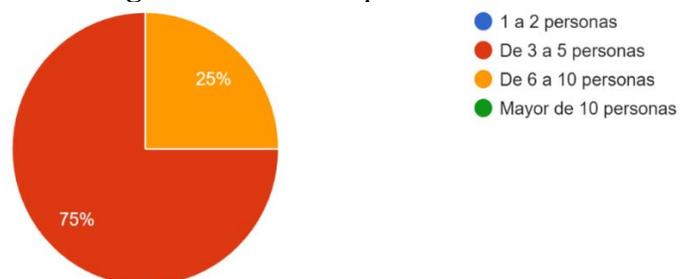
## 2. ¿Su vivero se encuentra formalizado (registro mercantil, RUT, industria y comercio)?

**Figura 10** *Viveros formalizados*

Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: los 4 viveros que realizaron la encuesta están legal mente constituidos y cuentan con el registro mercantil, el Rut, los documentos de industria y comercio.

## 3. Su planta de personal está constituida por:

**Figura 11** *Plante de personal*

Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: de los 4 viveros que realizaron la encuesta 3 de ellos cuentan con un personal de 3 a 5 personas para la sustentación y colaboración del vivero; solo 1 de ellos cuenta con un personal de 6 a 10 personas.

4. ¿En su vivero vende plantas de suculentas y cactus?

**Figura 12** *Venta de suculentas y cactus*

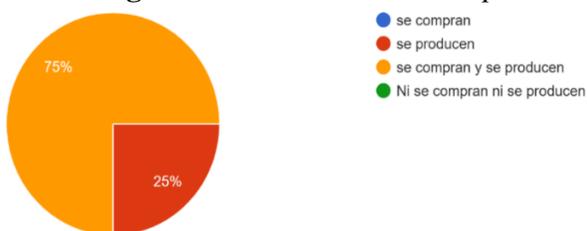


Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: los 4 viveros encuestados venden en sus negocios las plantas suculentas y cactus.

5. ¿Como obtiene las plantas de suculentas y cactus?

**Figura 13** *Como obtienen las plantas de suculentas y cactus*

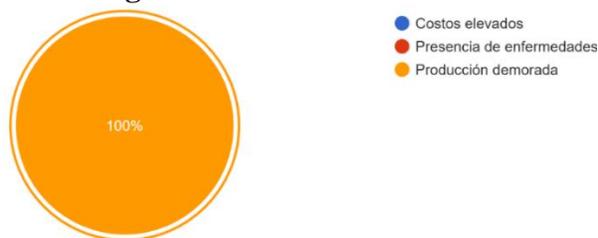


Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 75% que equivale a 3 viveros compran y producen las plantas suculentas y cactus y solo un vivero las produce y no las compra.

6. ¿En el proceso de producción de las plantas suculentas y cactus que inconvenientes se han presentado?

**Figura 14** *Inconveniente en las ventas de las plantas*



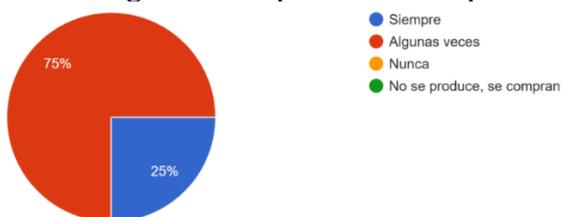
Grafica de las encuestas aplicadas

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: los 4 viveros manifiestan que han tenido inconvenientes en la producción ya que este producto tiene un crecimiento y reproducción demorada.

7. ¿La producción actual de las plantas de suculentas y cactus, alcanza a satisfacer la demanda?

**Figura 15** *La producción de plantas para cubrir la demanda*



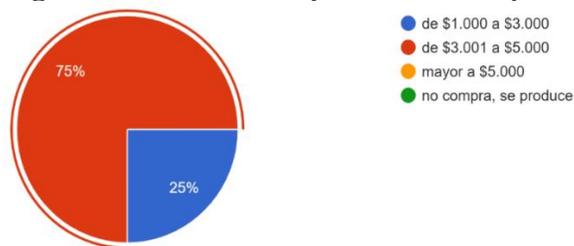
Grafica de las encuestas aplicadas

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 75% de los viveros encuetados en la producción de las plantas suculentas y cactus alcanzan a satisfacer la demanda y solo uno el 25% siempre satisface la demanda de su producción.

- 8.Cuál es el precio de adquisición de las plantas de suculentas y cactus

**Figura 16** Precio de adquisición de las plantas

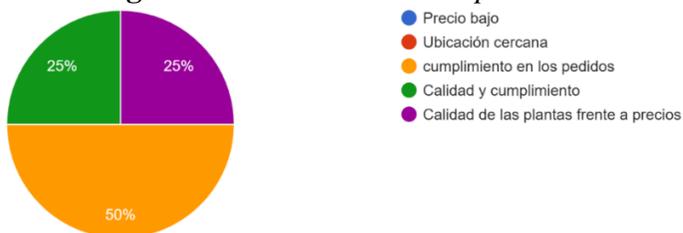


Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: 3 de los viveros encuestador adquieren las plantas suculentas y cactus en \$3.000 a \$5.000 y solo un vivero las consigue en \$1.000 a \$3.000.

9. ¿Cuáles son los factores para tener cuenta en el momento de elegir un proveedor de plantas de suculentas y cactus?

**Figura 17** Característica del proveedor

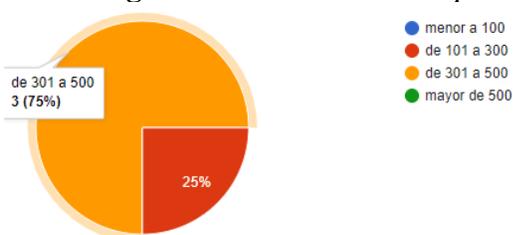


Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: según la encuesta el 50% tiene en cuenta el cumplimiento en los pedidos y el otro 50% la calidad, y solo uno tiene en cuenta también los precios.

10. ¿Cuántas plantas de suculentas y cactus vende mensualmente?

**Figura 18** Ventas de la competencia

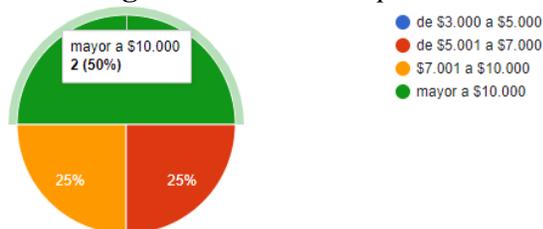


Grafica de las encuestas aplicadas  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 75% obtiene ventas de 301 a 500 unidades en un mes.

### 11. Precio promedio que usted vende una planta suculenta o cactus

**Figura 19 Precio competencia**



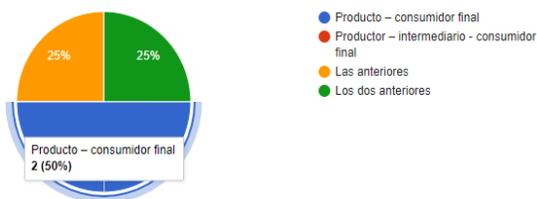
Grafica de las encuestas aplicadas

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 50% de los viveros venden sus suculentas y cactus mayor a de \$10.000, el 25% entre \$5.000 a \$7.000 y el otro 25% entre \$7.000 a \$10.000.

### 12. ¿Qué canal de distribución utiliza para comercializar sus productos?

**Figura 20 Canal de distribución**



Grafica de las encuestas aplicadas

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 50% utiliza los canales de producto a consumidor final y el otro 50% utiliza los dos canales de distribución que son producto – consumidor final y productor – intermediario – consumidor final.

### Segmentación del mercado

El producto de las suculentas, cactus y materas con decoración de puntillismo, va dirigido a mujeres y hombres mayores de 18 años, que se encuentren ubicados en la ciudad de Villavicencio.

Presentamos las variables específicas para la segmentación del mercado: B2C segmentación al consumidor.

### **Demográficas**

Edad: mayores de 18 años  
Género: masculino y femenino

### **Geográficos**

Región: Departamento del Meta  
País: Colombia  
Ciudad: Villavicencio

### **Delimitación del mercado**

El vivero café sembrarte ofrece eco regalos, para fechas especiales, como el día de la mujer, de la madre, cumpleaños, graduaciones entre otras, también para eventos de los cuales requieran recordatorios especiales como lo son las plantas suculentas y cactus que ayudan a expresar sentimientos vivos, también para la decoración de los hogares, establecimientos como restaurantes, oficinas, hoteles, salones de belleza o spa entre otros lugares que ayuden a generar frescura y tranquilidad.

### **Encuestas**

Desarrollamos encuestas para la recolección de los datos de una muestra significativa de la población y así tener en cuenta las particularidades de los clientes potenciales

- Se aplicó una encuesta a 390 familias de la ciudad de Villavicencio, para conocer si las plantas suculentas y cactus son acogidas en el mercado.

- Obtener conocimiento si la población conoce de la existencia de dicho producto “plantas suculentas y cactus”, si están dispuestos a comprarlo que tanto frecuentan comprarlas y a qué precio.

## **Población**

La población actual de Villavicencio se determinó a través de los datos publicados por el DANE denominado proyecciones de población a nivel municipal 2018 - 2035, se toma el histórico desde el año 2018, para poder hallar la tasa promedio de crecimiento hasta el año actual 2021, la tasa de crecimiento es del 1% y se procede a realizar la proyección a 7 años de la población.

**Tabla 1** *Proyección de crecimiento familias de Villavicencio*

<b>AÑO</b>	<b>POBLACION</b>	<b>CRECIMIENTO</b>	<b>HOGARES</b>
<b>2018</b>	<b>531.275</b>	<b>0</b>	<b>150681</b>
<b>2019</b>	<b>538.824</b>	<b>1,014209214</b>	<b>152.822</b>
<b>2020</b>	<b>545.302</b>	<b>1,012022479</b>	<b>154.659</b>
<b>2021</b>	<b>549.922</b>	<b>1,008472369</b>	<b>155.970</b>
<b>2022</b>	<b>554.173</b>	<b>1,007730187</b>	<b>157.175</b>
<b>2023</b>	<b>558.299</b>	<b>1,007445328</b>	<b>158.346</b>
<b>2024</b>	<b>562.081</b>	<b>1,006774148</b>	<b>159.418</b>
<b>2025</b>	<b>565.661</b>	<b>1,006369189</b>	<b>160.434</b>
<b>2026</b>	<b>569.120</b>	<b>1,00611497</b>	<b>161.415</b>
<b>2027</b>	<b>572.509</b>	<b>1,005954807</b>	<b>162.376</b>
<b>2028</b>	<b>575.776</b>	<b>1,005706461</b>	<b>163.302</b>

Elaborada por autoras

Fuente datos estadísticos del DANE

## **Muestra**

De acuerdo a información suministrada por el DANE y la proyección realizada con la tasa de crecimiento del 1% se toma la población universal del año 2021 que es 155.970 familias de la ciudad Villavicencio-Meta:

**Tabla 2** *Base de la Muestra*

AÑO	POBLACION	CRECIMIENTO	HOGARES
2021	549.922	1,008472369	155.970

Tabla del crecimiento de la población

Elaborada por autoras

**Figura 21** *Formula de la muestra*

$$n = \frac{N}{1 + e^2 * N}$$

Figura de la fórmula que se aplica para la muestra

Fuente: Autoras

**Figura 22** *Desarrollo de la fórmula de la muestra*

$$n = \frac{155970}{1+(0,05)^2 * 155970}$$

$$n = \frac{155970}{1+(0,0025 * 155970)}$$

$$n = \frac{155970}{390,92}$$

$$n = 398,98$$

Desarrollo de la formula aplicada para saber la muestra

Fuente: Autoras

se reemplazan los valores en la formula y se da como resultado una muestra de 398,98 en la cual se toma como dato cerrado 390 familias para realizar la encuesta de la demanda y analizar el comportamiento del producto.

**Posibles clientes potenciales:**

- Mujeres y hombres mayores de edad, de estrato 1,2 y 3 de la ciudad de Villavicencio.
- Personas dueñas de spa, salones de belleza
- Personas que deseen regalar una planta a un familiar o amigo
- Persona que desee personalizar sus espacios ya sea el lugar de trabajo o el hogar.
- Personas que realizan algún evento (como baby shower, matrimonios, capacitaciones entre otras) en las cuales ofrecen recordatorios.

**Tipo de investigación**

El tipo de investigación a desarrollar dentro del estudio se basa en el tipo de investigación aplicada, el objetivo de esta investigación es determinar estrategias que contribuyan al desarrollo de un problema en específico. Este tipo de investigación aplicada toma como base la teoría para luego ser aplicada en la práctica.

**análisis de las fuentes primarias**

Para la recolección de información se tendrá como fuente primaria la realización de una encuesta a una muestra de 120 personas de la población del municipio de Villavicencio.

**Universo**

El universo del proyecto está integrado por las familias del municipio de Villavicencio quienes se someten a un estudio estadístico de mercado, el enfoque principal se centra en aquella población que se siente atraída por este tipo de plantas suculentas y cactus, de igual forma dar a conocer a quienes interese sobre nuestros productos sus beneficios y utilidades.

## Encuesta a la demanda

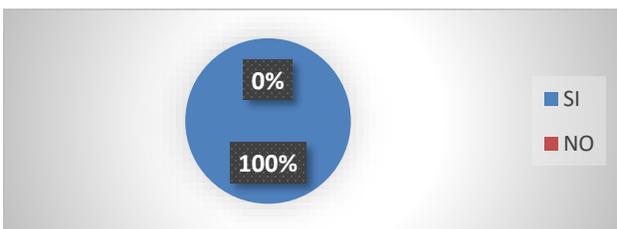
Como fuente de información para definir cantidad, precio, producto y demás características que determinaran la viabilidad del proyecto Vivero Café sembrarte, se realiza una encuesta estructurada por segmentos, de acuerdo a estos resultados se establecen decisiones importantes que determinan proyección, presupuestos, estructuración, producción, plantas materiales y todo lo demás aspectos relevantes a la puesta en marcha del proyecto

## Resultados

Resultados de las encuestas aplicado a los integrantes de las familias de la ciudad de Villavicencio-Meta.

1) ¿Autoriza el diligenciamiento de esta encuesta y la publicación de los resultados obtenidos con fines netamente académicos?

**Figura 23** *Autorización diligenciamiento encuesta de la demanda*

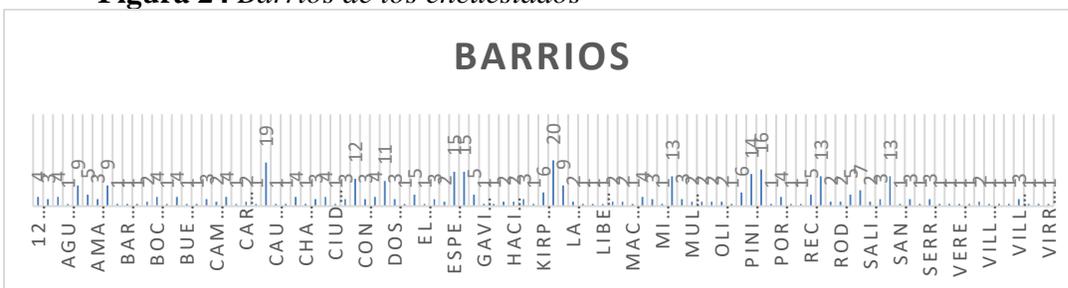


Grafica de la encuesta aplicada a la población  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: Las 390 personas autorizaron el diligenciamiento de esta encuesta

2) Barrio donde reside

**Figura 24 Barrios de los encuestados**



Grafica de la encuesta aplicada a la población  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: según las personas encuestas, los barrios que mejor adopta el producto e identificamos que la mayoría de posibles compradores se encuentran en este sector, catumare, la Madrid, ciudad porfía, esperanza y estero.

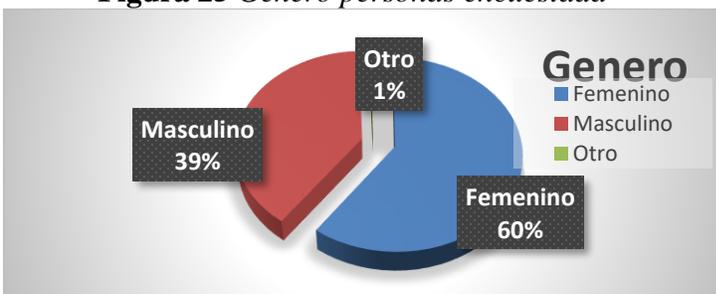
3) Genero

**Tabla 3 Genero de los encuestados**

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Femenino	234	60%
Masculino	154	39%
Otro	2	1%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

Encuestas realizadas a los demandantes  
Elaboración: Autoras

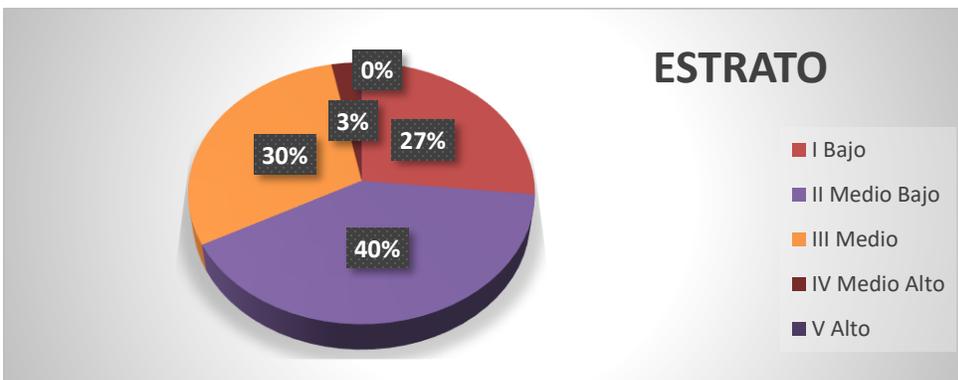
**Figura 25 Genero personas encuestada**



Grafica de la encuesta aplicada a la población  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: Mas del 60% de las encuestas fueron diligenciadas por mujeres, lo que refleja que el 60% de los encuestados son mujeres, el 39% hombres y el 1% que fueron solo 2 personas de otra orientación sexual.

## 4) Estrato

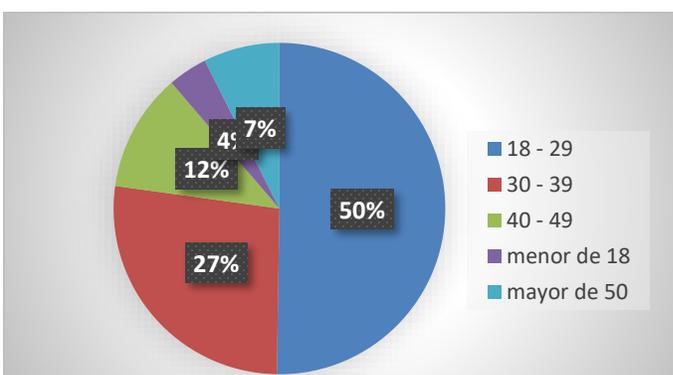
**Figura 26** Estrato personas encuestadas

Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: Las 390 personas encuestados de la ciudad de Villavicencio indicaron el estrato en el cual viven actualmente, lo que nos indica que el 40% son de estrato II Medio Bajo, el 30% son de estrato III Medio, el 27% de estrato I Bajo y 3% de estrato IV Medio Alto, lo que indica que la en cada excepto en el V alto hay una cierta participación.

## 5) Edad

**Figura 27** Edad personas encuestadas

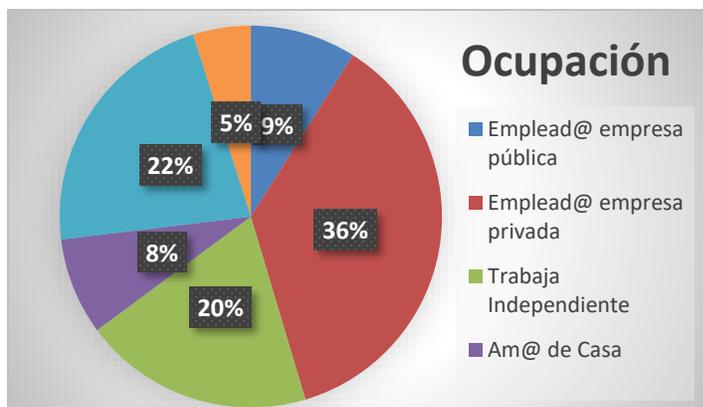
Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De acuerdo con la cuesta aplicada la edad promedio de la población muestra o clientes potentes esta entre los 18 y 29 con 50%.

## 6) Ocupación

**Figura 28** *Ocupación personas encuestadas*



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De los 390 encuestados el 36% manifestó que trabaja en una empresa priva, el 22% son estudiantes, el 20% son trabajadores independientes, el 9% trabaja en el sector público, el 8% son am@ de casa y el 5% personas que se encuentran sin empleo.

## 7) ¿Conoce cuáles son las plantas suculentas y cactus?

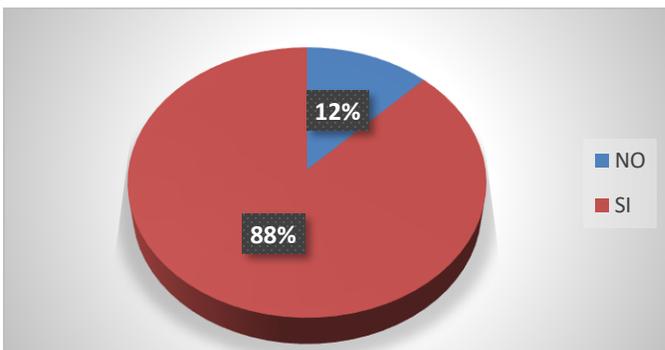
**Tabla 4** *Reconocimiento del producto*

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Si	342	88%
No	48	12%
<b>Total</b>	390	100%

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 29** *Pregunta si la demanda conoce las plantas*



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: La población muestra entrevistada da un resultado del 88% que si conoce las plantas suculentas y cactus.

8) ¿Le gustan las plantas suculentas y cactus?

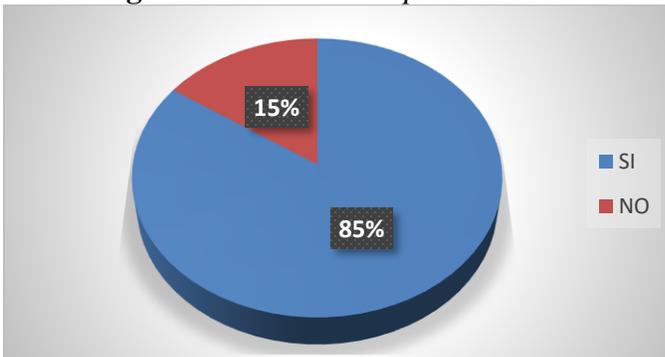
**Tabla 5** *Gusto de las plantas a la demanda*

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Si	330	85%
No	60	15%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

Fuente: encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 30** *Gusto de las plantas a la demanda*



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De acuerdo con el resultado de la encuesta de la población muestra el 85% ke gustan las suculentas y cactus, por el contrario, solo el 15% contestaron que no les gustan las suculentas y cactus.

9) ¿Estaría dispuesto a comprar las plantas, suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

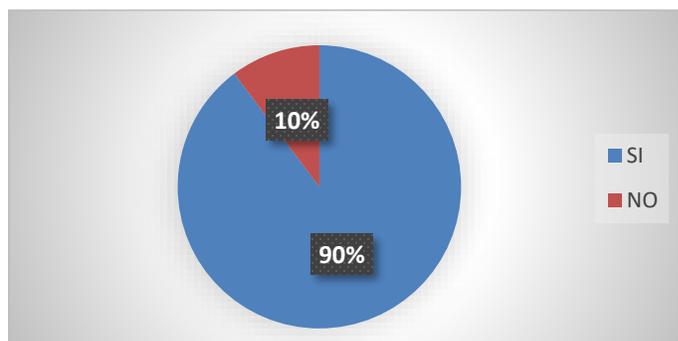
**Tabla 6** *Compra del producto*

Opciones	Periodicidad	Porcentaje	# Familias V/cio.	Población Global	Edad Promedio	Ventas Mensuales	Ventas Diarias
Si	350	90%	155.970	140.373	50%	17.547	585
No	40	10%	154.970	15.497			
<b>Total</b>	390	100%		155.870			

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 31** Disposición compra de la demanda



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 90% que equivale a 155.970 familias indican que, si están dispuestas a comprar las plantas suculentas y cactus, en la cual se calcula una población global de 140.373 lo que no arroja una cantidad de ventas diarias de 585, esta cantidad se lograra vender con un grupo 50 mujeres que comercializaran el producto, para obtener unas ventas mensuales de 17.547.

10) ¿Qué cantidad de plantas suculentas y cactus estaría dispuesto a comprar mensualmente para su hogar, oficina o empresa?

**Tabla 7** Cantidad adquirida por mes

Opciones	Periodicidad	Porcentaje	M	Total, unid mensual
1 a 3 plantas	264	68%	2	528
4 a 6 plantas	70	18%	5	350
7 a 9 plantas	23	6%	8	184
Ninguna	33	8%	0	0
<b>Total</b>		100%		1.062

Encuestas realizadas a los demandantes  
Elaboración: Autoras

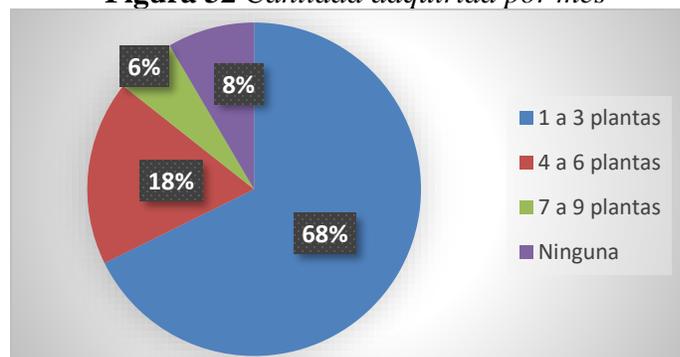
**Tabla 8** Análisis de datos agrupados

Marca de Clase	Frec. Observa.	Totales
2	264	528
5	70	350
8	23	184
<b>Total</b>	<b>357</b>	<b>1.062</b>
	q	3

Encuestas realizadas a los demandantes  
Elaboración: Autoras

Se determina los datos agrupados de marca de clase, contra la frecuencia tomado de la encuesta, el resultado de las dos variables y divide para determinar la cantidad promedio de consumo en el mercado que es equivalente a 3 unidades por familia adquirida por mes.

**Figura 32** Cantidad adquirida por mes



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: de las 390 encuestados que realizaron la respectiva participación el 68% compran de 1 a 3 plantas, el 18% compran de 4 a 6 plantas y solo el 6% compran de 7 a 9 plantas o más, en el mes y un 8% no compran, se realizó un promedio en el cual se tomó la media de cada respuesta se multiplica por la periodicidad para obtener el total de unidades mensuales de todas las respuestas escogidas lo que nos arroja un total de 1.062 que es la cantidad de plantas que estarían dispuestos a adquirir por el valor universal de la encuesta en un mes.

### **Anual**

Para determinar la cantidad de plantas suculentas y cactus en el año utilizamos la siguiente formula

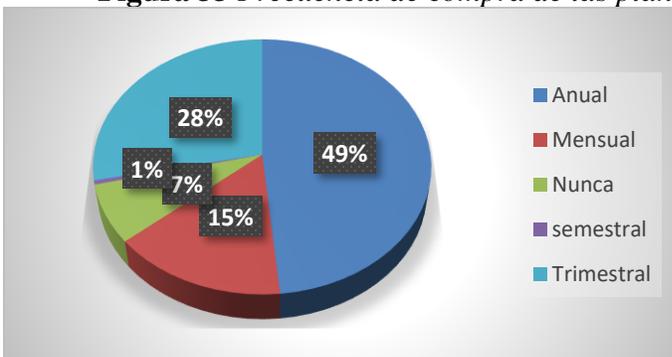
$$X = \Sigma X m * f / N$$

$$X = 1.062 / 390$$

$$X = 2,72 \text{ plantas mensuales}$$

Dividimos la cantidad de plantas demandas mensualmente 1.062 para las 390 personas que realizaron la encuesta de la ciudad de Villavicencio, el cual equivalen a un promedio de 2 a 3 plantas mensuales por familia, este resultado lo multiplicamos por los 12 meses que tiene un año, con esto evidenciamos un promedio de adquisición del producto al año por familia de 33 plantas suculentas o cactus ya sea para la decoración, fechas especiales, regalos entre otras.

**11)** ¿Con que frecuencia compraría las plantas de suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

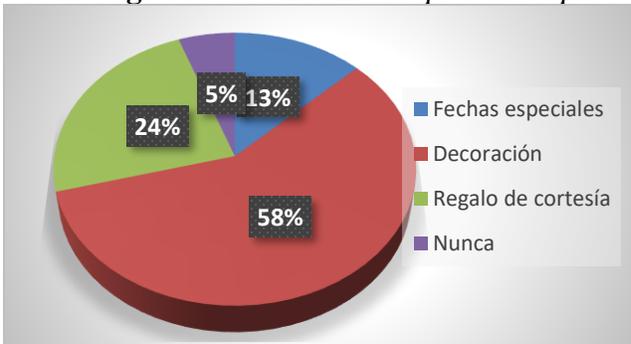
**Figura 33** *Frecuencia de compra de las plantas*

Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: de las 390 personas que fueron encuestadas el 49% indica que compra o adquiere las plantas suculentas o cactus anual y el 28% trimestral.

12) ¿Indique el motivo por el cual le gustaría comprar las plantas de suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

**Figura 34** *Motivo de compra de las plantas*

Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: de las 390 personas encuestadas 295 personas eligieron que el motivo por el cual adquieren las plantas suculentas o cactus son para decoración que equivale al 58%, el 24% que son 120 persona manifestaron adquirir el producto para regalo de cortesía, el 13% que fueron 65 personas las adquieren por fechas especiales y solo el 5% no adquieren el producto para ninguna ocasión.

13) De las plantas que se detallan a continuación ¿cuál es de su mayor interés?

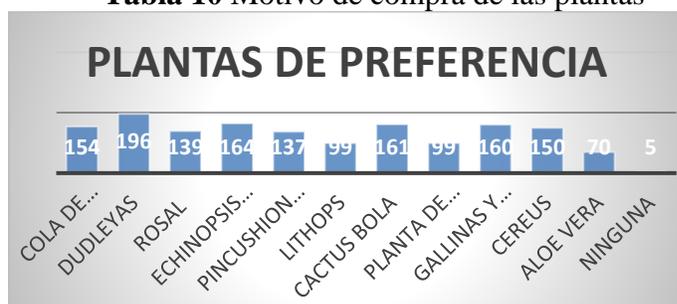
**Tabla 9 Plantas elegidas**

Opciones	Periodicidad
Cola de burro	154
Planta de Jade	99
Cactus Bola	161
Aloe vero	70
Pincushion cactus	137
Rosal	139
Dudleyas	196
Echinopsis	164
Cereus	150
Lithops	99
Echinopsis subdenudata	164
Gallinas y pollitos	160
Ninguna	5

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Tabla 10 Motivo de compra de las plantas**



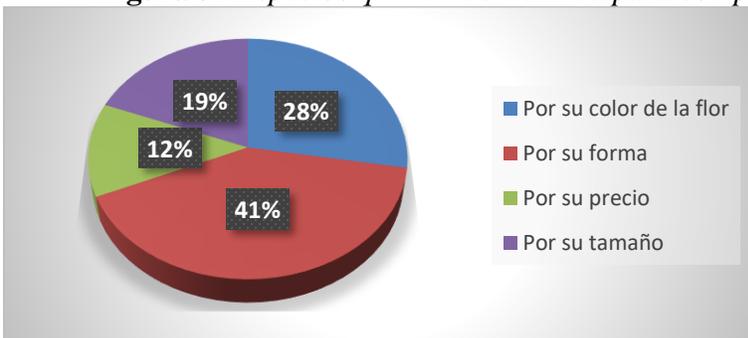
Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretar: con esta encuesta se puede identificar y realizar la elección de 6 productos estrella, que son los más elegidos, por la población como lo son DUDLEYAS que fueron la preferencia de los encuetados 196 personas que la prefirieron, ECHINOPSIS SUBDENUDATA 164, CACTUS BOLA con 161 encuestados, GALLINA Y POLLITOS 160, COLA DE BURRO 154 y CEREUS CON 150, que manifestaron el gusto por las plantas, por lo tanto, fueron escogidos las 4 primeras especies de suculentas.

14) ¿Al momento de escoger una planta de suculentas y cactus? ¿por qué lo hace?

**Figura 35** Aspectos que tiene en cuenta para comprar una planta



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De acuerdo con la encuesta aplicada a los 390 encuestados de la ciudad de Villavicencio el momento de escoger una planta de suculentas y cactus lo hace por su forma el 41% que son 159 personas, seguido por el color de la flor con un 28% de 108, el 19% por su tamaño y el 12% por su precio.

15) ¿Al momento de comprar la planta, tiene en cuenta la materia?

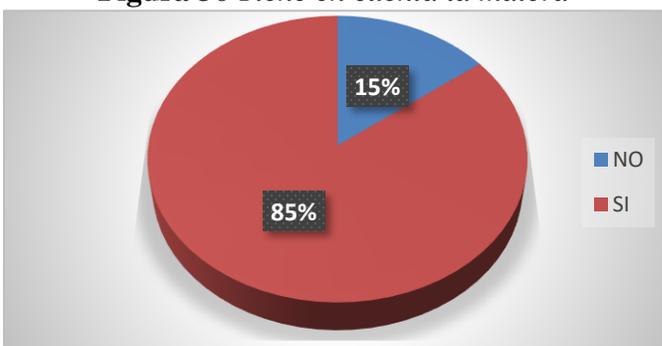
**Tabla 11** Tienen en cuenta la materia

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Si	98	81,7%
No	22	18,3%
Total	120	100%

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 36** Tiene en cuenta la materia



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De acuerdo con la encuesta aplicada a la población muestra al momento de comprar una planta de suculentas y cactus si tienen en cuenta la materia con un 85%.

16) Si su anterior respuesta fue si ¿porque la elije?

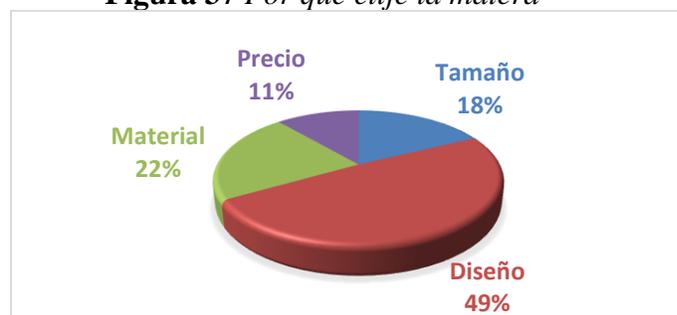
**Tabla 12 Materas elegidas**

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Diseño	62	51,7%
Material	14	11,7%
Tamaño	12	10%
Precio	13	10,8%
Ninguna	19	15,8%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 37 Por qué elije la matera**



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: según la encuesta realizada a las 390 encuestados al momento de comprar una matera tienen en cuenta el diseño con un 49%, siguiendo con el material del 22%, el tamaño 18% y el precio el 11%

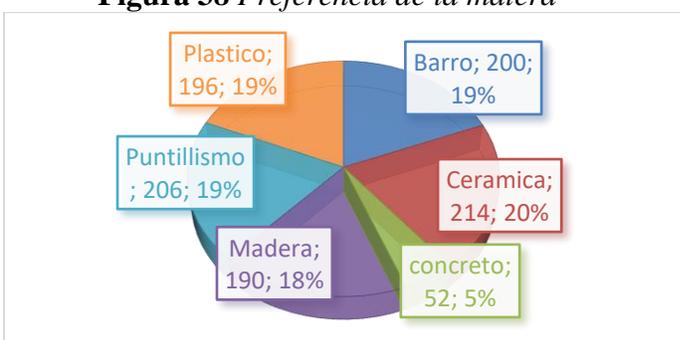
17) De las materas a continuación ¿cuáles son de su preferencia?

**Tabla 13** Precio promedio de Materas

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Madera	190	18%
Plástico	196	19%
Concreto	52	5%
Cerámica	214	20%
Barro	200	19%
Puntillismo	206	19%
Total	443	100%

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 38** Preferencia de la matera

Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: según los resultados de preferencia en el material de las materas todas fueron elegidas seguidamente, excepto las materas de concreto, ya que no son un material recomendado para plantar este tipo de plantas.

18) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir este tipo de plantas?

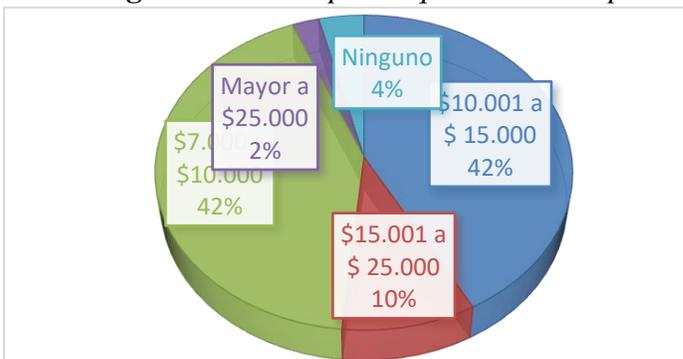
**Tabla 14** Precio

Opciones	Periodicidad	M	P*M	%
\$7.000 a \$10.000	165	\$8.000	\$1.320.000	42%
\$10.000 a \$ 15.000	164	\$12.500	\$2.050.000	42%
\$15.000 a \$ 20.000	37	\$22.500	\$832.500	10%
Mayor a \$25.000	9	\$28.000	\$252.000	2%
Ninguna	15	0	0	4%
Total	390		\$4.454.500	100%
Precio Promedio			\$ 11.422	

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 39** Precio por adquisición de la planta



Grafica de la encuesta aplicada a la población  
 Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada a la población con el fin de conocer el precio que aceptan pagar por adquirir las plantas suculentas y cactus con su matera, se realiza un promedio de precios en el cual utilizamos la periodicidad y la multiplicamos por el precio medio elegido en cada respuesta, ya obteniendo los resultados finales con el total de participación de las 390 encuestados y lo dividimos por el total de los precios obtenidos lo que nos da un precio estimado de \$11.422 por lo que lo redondeamos a un precio de \$12.000 por cada planta con su respectiva matera personalizada con la técnica del puntillismo precio elegido y analizado por la demanda.

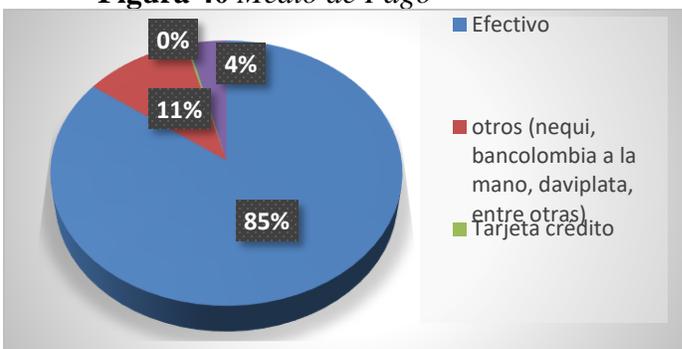
$$= \Sigma F. X_m / N = 4.454.500 / 390 = \$11.450$$

19) ¿Qué medio de pago utiliza usualmente?

**Tabla 15** Medio de pago Medio de pago

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Efectivo	102	85%
Tarjeta debito- crédito	25	20,8%
Otras	26	21,7%
Total	120	100%

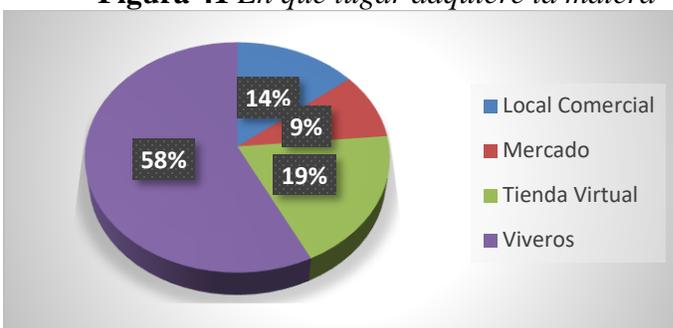
Encuestas realizadas a los demandantes  
 Elaboración: Autoras

**Figura 40 Medio de Pago**

Grafica de la encuesta aplicada a la población  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: según el resultado obtenidos de la encuesta realizada a la población de Villavicencio, el medio que más utilizan para comprar las plantas de suculentas y cactus es el efectivo con un 85%.

20) ¿En qué lugar adquiere las plantas suculentas y cactus?

**Figura 41 En qué lugar adquiere la materia**

Grafica de la encuesta aplicada a la población  
Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: de los 390 encuestados el 58% es decir 302 personas manifestaron realizar la compra de las plantas preferiblemente en los viveros.

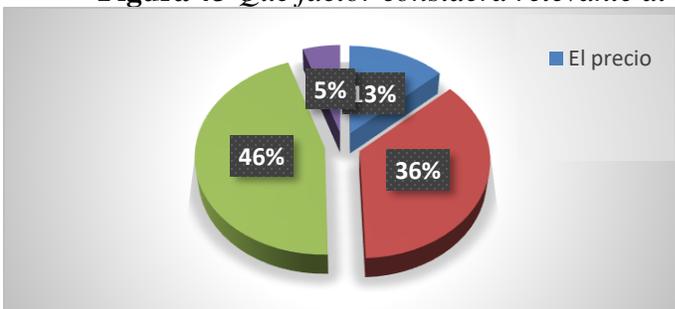
21) ¿Qué factores considera relevante en el momento de comprar plantas que determinen una compra satisfactoria?

**Figura 42** *Compra satisfactoria*

Opciones	Periodicidad	Porcentaje
La atención	141	36%
La presentación	177	46%
El precio	25	13%
Ninguna	20	5%

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Figura 43** *Que factor considera relevante al momento de adquirir la plata*

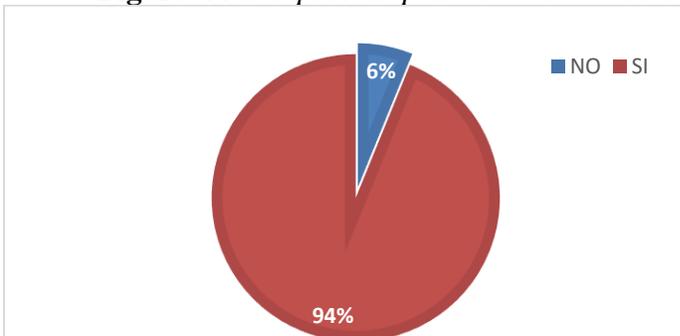
Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

3

**Interpretación:** de acuerdo a la encuesta los factores que más tienen en cuenta al momento de adquirir las plantas de suculentas y cactus es la presentación del producto con un 46% y la atención al cliente con un 36%.

22) ¿Si se implementara un vivero de plantas de suculentas y cactus conformado por las mujeres de la Unidad de Víctimas de Villavicencio, estaría dispuesto a comprar sus plantas?

**Figura 44** *Compraría plantas en el vivero café sembrarte*

Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: el 94% que equivale a 366 personas de los encuestado manifestaron que, si estuviesen dispuestos a comprar las plantas, en el vivero café sembrarte.

23) ¿cómo se informa usted de la existencia de un vivero?

**Tabla 16** *Medios de conocimiento*

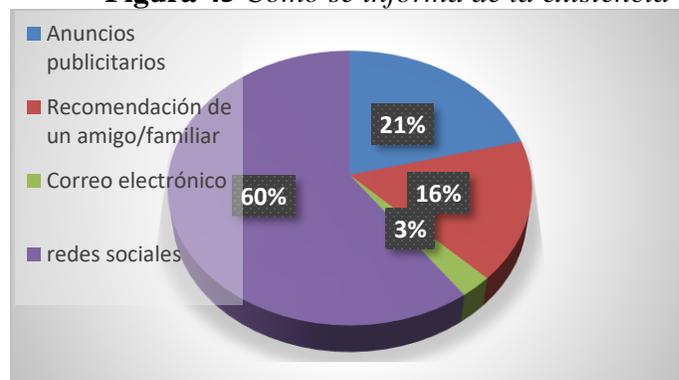
Opciones	Periodicidad	Porcentaje
Redes sociales	300	60%
Recomendación de un amigo	83	16%
Anuncios publicitarios	105	21%
Correo electrónico	13	3%
Total	390	100%

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

Interpretación: el 60% que equivale a 300 personas de los encuestados tomaron como opción el medio de información las redes sociales, como medio de comunicación efectivo y rápido.

**Figura 45** *Como se informa de la existencia*



Grafica de la encuesta aplicada a la población

Fuente: encuesta aplicada por autoras

Interpretación: se evidencia que todo los medios tiene un significado importante pero como ya sabemos hoy en día las redes sociales son las utilizadas por los habitantes con un 60% de los encuestados por lo tanto se mantiene la idea de abrir redes sociales para la que las personas tengan conocimiento del producto, cabe resaltar que cuando se tiene una experiencia

agradable a la hora de realizar alguna compra compartes esta información con las demás personas para que también tengan esta experiencia por eso se debe ir superando y mejorando la satisfacción de los clientes, la recomendación de un amigo o conocido tiene el 16%, los anuncios un 21% son muy importantes para la publicidad y reconocimiento y los correo electrónicos un 3%.

### **Análisis de la demanda**

En el presente proyecto, se realiza una encuesta poblacional en la ciudad de Villavicencio teniendo una muestra total de 398 familias, pero solo 390 familias participaron, los resultados obtenidos de esta encuesta nos ayudan a tener en cuenta muchos factores para la adquisición y la comercialización de las plantas suculentas y cactus, en base a los resultados obtenidos podemos evidenciar que es un producto viable, en base a los resultados de la pregunta 9 realizada a la muestra representativa de la población objeto de estudio el 90% está dispuesto a adquirir los productos del vivero café sembrarte. El 85% que corresponde a la pregunta 8 de la encuesta manifiesta que le gustan este tipo de plantas para lugares de trabajo u otros espacios. De acuerdo con los resultados de la pregunta 20 El 58% prefieren realizar la compra de las plantas en un vivero. El 85% prefiere el medio de pago por efectivo, según resultados de la pregunta 19 de la encuesta, por lo tanto, el dinero en efectivo es más utilizado hoy en día pero no se descarta la opción de realizar pagos por transacciones, por otro lado el 42% de los encuestados pagan por adquirir una planta de suculenta o cactus entre 7.000 a 10.000 y otro 42% de 10.000 a 15.000 estos precios corresponden a la pregunta 18 de la encuesta, se realiza un promedio de precio para la adquisición de las plantas suculentas y cactus con su respectiva matera decorada con la técnica del puntillismo lo que nos permite obtener un precio de producto de \$11.422.

Para determinar la demanda potencial efectiva se aplica la formula  $Q = n \times p \times q$ , donde n es número de personas a adquirir el producto, p que es el precio establecido según la encuesta según la pregunta 9 \$11.422, de la encuesta se establece que el mercado potencial es de 17.547 unidades, esto es el resultado del 90% que confirmaron si adquirir el producto, se saca de la población para ese año 155.970 familias como resultado 140.373 población global, edad promedio corresponde al 50%, que es 70.187, se divide en 12 y se multiplica por 3 que es el tiempo estimado de la producción inicial de las suculentas y cactus, es la cantidad promedio a consumir según los datos agrupados es 3 (pregunta 10), aplicamos la fórmula de demanda potencial:

$$Q = n \times p \times q$$

Parámetro n = 17.547 personas adquirir el producto

Parámetro p = 11.422 precio promedio del producto

Parámetro q = 3 cantidad promedio de consumo

$$Q = 17.547 \times 11.422 \times 3$$

Q = 596.189.402 es la demanda potencial en un mes

**Tabla 17 Demanda Potencial**

Opciones	Periodicidad	Porcentaje	Compra del producto					
			# Familias V/cio.	Población Global	Edad Promedio	Mercado Potencial	Ventas trimestrales	Ventas Diarias
Si	350	90%	155.970	140.373	50%	70.187	17.547	195
No	40	10%	154.970	15.497				
<b>Total</b>	390	100%		155.870				

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

Parámetro n = 17.547

n= Número de compradores posibles para un mismo tipo de producto en un mercado determinado

**Tabla 18** *Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir este tipo de plantas*

Opciones	Periodicidad	M	P*M	%
\$7.000 a \$10.000	165	\$8.000	\$1.320.000	42%
\$10.000 a \$ 15.000	164	\$12.500	\$2.050.000	42%
\$15.000 a \$ 20.000	37	\$22.500	\$832.500	10%
Mayor a \$25.000	9	\$28.000	\$252.000	2%
Ninguna	15	0	0	4%
Total	390		\$4.454.500	100%
Precio Promedio			\$11.421,795	

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

Parámetro p = 11.422

p= Precio promedio del producto en el mercado

**Tabla 19** *Qué cantidad de plantas suculentas y cactus estaría dispuesto a comprar mensualmente para su hogar, oficina o empresa*

Opciones	Periodicidad	Porcentaje	M	Total, unid mensual
1 a 3 plantas	264	68%	2	528
4 a 6 plantas	70	18%	5	350
7 a 9 plantas	23	6%	8	184
Ninguna	33	8%	0	0
<b>Total</b>	120	100%		1.062

Encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

**Tabla 20** *Análisis de datos agrupados*

Marca de Clase	Frec. Observa.	Totales
2	264	528
5	70	350
8	23	184
<b>Total</b>	<b>357</b>	<b>1.062</b>

q

3

Fuente: encuestas realizadas a los demandantes

Elaboración: Autoras

Parámetro  $q = 3$

$q$  = Cantidad promedio de consumo per cápita en el mercado.

### La demanda potencial

se obtiene de acuerdo con la información del DANE, el número de familias global para el año 2021 son de 155.970, tomamos el 90% que es la población que está dispuesta a comprar el producto que es igual a 140.373 familias como muestra global, que de acuerdo a los resultados de la pregunta 5 oscilan entre los 18 y 29 años la demanda potencial, representan el 50% en los resultados de la encuesta de la población muestra, para determinar la demanda potencial según la capacidad técnica instalada y de producción de cada emprendedora (mujer vulnerable), los autores del proyecto toman como criterio trabajar solo con el 25% que corresponde a 35.093 familias de demanda potencial, continuando así con esta afirmación se proyectan unas ventas mensuales de 2.924 plantas.

**Tabla 21** *Demanda potencial efectiva ajustada al crecimiento*

Año	Merca do Potenci al Familia s	Crecimient o Poblacional 2,2%	Mercado Potencial Familias Anualme nte	Mercado Potencia l Familias Mensual mente	Promedi o de Adquisic ión por Familia de plantas	Ventas Mensual es Familia Ajustad o	Ventas Anuale s Famili a Ajusta do	Venta Estimad a de Suculent as 50%	Venta Estima da de Cactus 50%
2021	35.093	0,0%	35.093	2.924	2	5.849	70.187	35.093	35.093
2022	35.093	1,00773019	35.365	2.947	2	5.894	70.729	35.365	35.365
2023	35.365	1,00744533	35.628	2.969	2	5.938	71.256	35.628	35.628
2024	35.628	1,00677415	35.869	2.989	2	5.978	71.738	35.869	35.869
2025	35.869	1,00636919	36.098	3.008	2	6.016	72.195	36.098	36.098
2026	36.098	1,00611497	36.318	3.027	2	6.053	72.637	36.318	36.318
2027	36.318	1,00595481	36.535	3.045	2	6.089	73.069	36.535	36.535
2028	36.535	1,00570065	36.743	3.062	2	6.124	73.486	36.743	36.743

Fuente: información del DANE

Elaboración: Autoras

Este cuadro presenta la proyección de ventas estimadas por familias mensuales de 5.849 unidades, con promedio de adquisición de dos plantas por familia, Según el resultado de la encuesta el promedio de producción que se debe realizar en el vivero café sembrarte para suplir las necesidades de demanda se realiza el procedimiento de dividir 5.849 unidades mensuales en 50 mujeres del proyecto da como resultado 117 unidades mensual por mujer. Estos datos se proyectan a 5 años. Estimando los resultados obtenidos de datos agrupados y demanda potencial.

### **Política de descuento y promoción**

Para poder aplicar a descuento el cliente debe de solicitar una compra mínima de 80 unidades de suculentas y cactus, para este caso se puede otorgar un descuento del 5%, sobre el valor vigente de venta (sujeto a cambios de acuerdo con negociación con el cliente). Para la venta a domicilio dentro de la zona urbana y rural el cliente deberá asumir el costo del envío, el costo del domicilio será asumido por el vivero o cada mujer, cuando el domicilio supere o sea igual a 10 unidades.

En caso de eventos no se otorgan descuentos.

### **Oferta de mercado**

El vivero café sembrarte, tiene una gran ventaja y es que en la ciudad de Villavicencio no se cuenta con ningún vivero o tienda en físico que haga capacitaciones a sus clientes a cerca del cuidado de sus plantas, esto nos favorece ya que es un incentivo directo para que las personas se motiven a querer visitarnos.

Por lo tanto, es una gran ventaja para El Vivero café sembrarte porque podemos abarcar la demanda que es insatisfecha, de acuerdo con los resultados de la encuesta a los vivos no pueden suplir la totalidad de la demanda, por incumplimiento en los insumos por parte de los proveedores, esto genera una demanda insatisfecha en el mercado que podemos abarcar.

### **Canal de comercialización**

Nuestro canal de comercialización es por medio de venta directa, nos enfocaremos en la innovación y personalización de las macetas donde lo más importante es la calidad de entrega final del producto que ofrece Vivero café sembrarte.

Tendremos una cartilla con variedad de opciones donde mostraremos a diferentes empresas con el fin de ofertarles un servicio quincenal o mensual de arreglos para decoración de sus estudios, espacios en la oficinas o consultorios médicos, etc.

También tendremos muy en cuenta la opinión del cliente y ofreceremos un kit de decoración al estilo “ármelo usted mismo”. E innovaremos con el vivero café sembrarte hacer que se parezca más a un centro de jardinería, de esta manera hacerlo visualmente más atractivo.

### **Publicidad**

Vivero café sembrarte por ser una empresa nueva, diseñaremos estrategias de comunicación a los consumidores a cerca de nuestros productos, capacitaciones y promociones que ofrecemos, esta se llevará a cabo a través de una valla publicitaria en un punto estratégico en la ciudad de Villavicencio, entregando tarjeticas con numero de celular de las mujeres.

Otra estrategia es apoyarnos de las redes sociales (creando un canal) donde se brindaría toda información del vivero café sembrarte, esta será un canal más cercano con el cliente, los canales serán vía Facebook, WhatsApp, Instagram. Se trazarán estrategias por medio de las radios locales de la ciudad, como Olímpica, Tropicana y el mega.

## **Estudio técnico**

### **Localización**

A partir de este enunciado se desarrolla el tercer objetivo específico del proyecto que se basa en la estructuración del componente técnico, organizacional y administrativo del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta. La localización del proyecto será estratégicamente en los hogares de cada una de las 50 mujeres, se tomó esta opción, pensando en la comodidad de cada una de ellas, como el tema de traslado (transporte) sus hijos y demás actividades domésticas. Se realizará la adecuación de estand para la producción y de las plantas y el puntillismo en las materas.

### **Macro localización**

El proyecto está ubicado en:

**La región:** Orinoquia

**Departamento:** - Meta

**Municipio:** Villavicencio

**Figura 46** *Ubicación del departamento del Meta y su municipio Villavicencio*



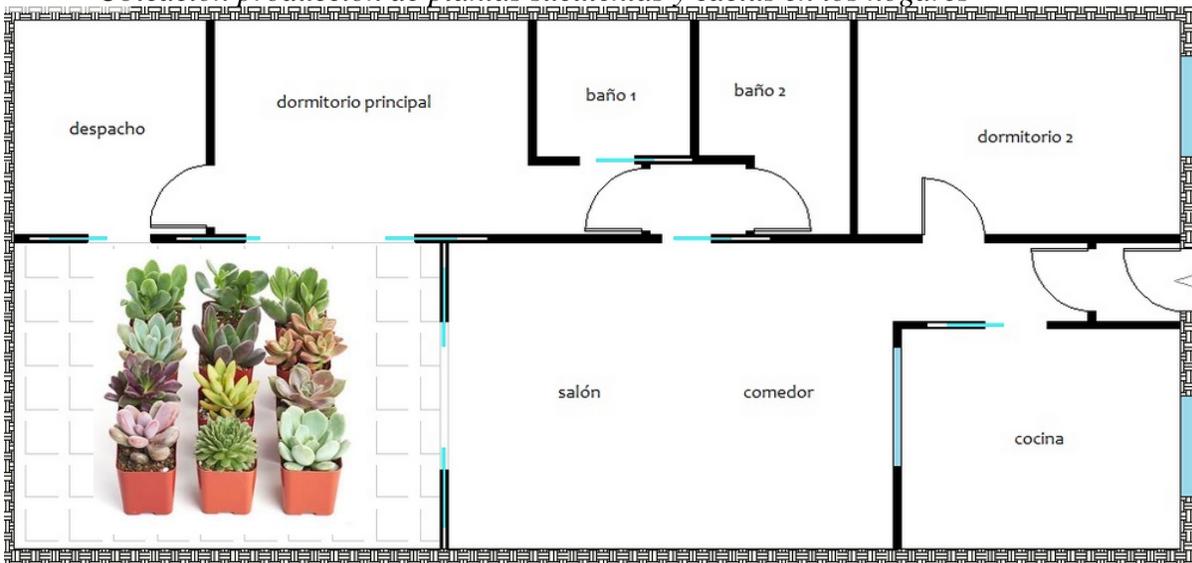
*Ubicación geográfica de donde se implementa el proyecto social*

*Fuente: Google maps*

A través del estudio técnico mostraremos la operatividad de la empresa, donde se describirá el tamaño, la localización, ingeniería del proyecto y el estudio administrativo.

**Figura 47**

*Ubicación producción de plantas suculentas y cactus en los hogares*



*Fuente: (ABITARE DECORACION, 2021)*

## **Tamaño**

El tamaño del proyecto vivero café sembrarte está predispuesto por la capacidad de producción y comercialización de los productos, los cuales estarán distribuidos para cada una de las mujeres miembro del proyecto, estos recursos son los que se encargaran de prolongar la vida útil y la capacidad financiera del proyecto.

## **Capacidad Instalada**

Con la capacidad instalada nos daremos cuenta de la cantidad de mercancía que podremos fabricar utilizando las instalaciones físicas de vivienda de las 50 mujeres de la unidad de víctimas, teniendo en cuenta la infraestructura y cada uno de los factores para realizar el proceso de producción. Para conocer la capacidad instalada fue necesario realizar el balance de tiempo considerando lo siguiente:

Terreno con el que contamos para el desarrollo de la fabricación y comercialización de los productos que se van a ofrecer el emprendimiento vivero café sembrarte tiene las siguientes medidas una estantería plástica marcar rimas cotizada en mercado libre de 71,2 cm de largo x 128,9 alto x 38,3 cm ancho, se necesitan comprar dos estanterías por mujer (hogar).

El espacio que se ocupará para ubicar el área de plantación de las plantas (suculentas / cactus) será igual a las medidas de la estantería de 71,2 cm de largo x 128,9 alto x 38,3 cm ancho , los cuales estarán distribuidos en 4 cubiertas en cada cubierta hay espacio para 30 suculentas, también se utilizara 1 organizador (cajonero) para guardas las herramientas de trabajo para cada mujer, las medidas son Altura x Ancho x Profundidad: 80 cm x 32 cm x 37 cm, los cuales estarán distribuidos en 4 cubiertas, se distribuirá de forma uniforme el espacio para tener el muestrario de las macetas, el área de semillero o esquejes y se realizará un espacio

fundamental para la realización de macetas de diferentes diseños. El espacio sobrante detrás de la casa de producción se adecuará para la exhibición de plantas.

Las plantas se distribuirán en dos estanterías con las descripciones anteriormente dichas pondremos 120 plantas por mesa en cada cubierta de 30 plantas instaladas surtidas de suculentas y cactus Por otro lado, tenemos las materas estarán almacenadas en los cajones se entrega dos por cada mujer.

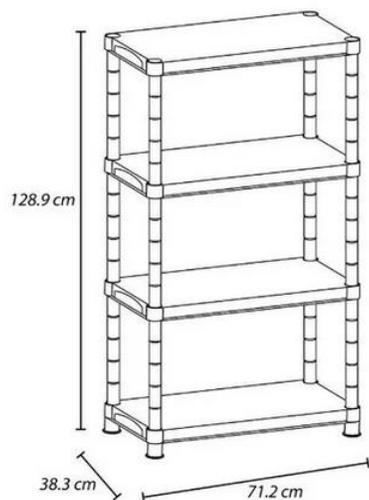
### **Capacidad utilizada**

En este espacio podremos visualizar el volumen máximo de producción que se genera para los próximos 5 años en cada uno de los años de proyección, así determinamos la capacidad utilizada teniendo en cuenta el componente tecnológico y el porcentaje de producción que se va a ofertar para cubrir la demanda insatisfecha. Se utilizará el 100% de la capacidad instalada.

Se distribuirá la producción, en las viviendas de cada mujer que haga parte del proyecto con e fin de que cada una tenga su punto de venta en su casa y lo acomode a su gusto que sienta cómodas, que pueda estar pendiente de su hogar y la vez tenga un pasatiempo que la distraiga y le ayude a generar un ingreso adicional, este método de distribuir en cada vivienda se toma para facilitar el transporte, los gastos de transporte, la seguridad y comodidad.

Se otorga 1 estante plástico de 4 niveles para organizar las plantas, el están tiene cupo para la ubicación de 120 plantas organizadas en filas horizontal, y 2 cajoneros organizadores de 3 niveles plástico para guardas los elementos, herramientas y materas, para que no quede desorden, cabe resalta que en el están se colocaran la plantas ya terminadas en un pote plástico, al momento de la venta el cliente elegirá la matera de su agrado y se realizara la trasplantación de la matera, para que se entrega en un excelente estado.

**Figura 48** Estantería 15 pulgs 4 niveles



**Valor \$140.000**

Diseño del están que usaran las mujeres para la organización de las plantas  
Fuente: (MERCADO LIBRE, 2021)

**Figura No. 51**

**Figura 49** Set X 2 Cajoneros organizador 3 niveles



**Valor \$150.000**

Diseño del cajón que será utilizado para organizar los artículos y herramientas  
Fuente: (MERCADO LIBRE, 2021)

### **Los factores de macro localización**

para definir la zona donde se instalará el proyecto son:

**Características ambientales:**

contamos con un terreno uniforme de acuerdo con el espacio de la casa de las mujeres.

**Transporte:**

las mujeres tendrán que desplazarse para los diversos eventos en los cuales participarán para las ventas de las suculentas y cactus.

**Materia prima:**

se cuenta con distribuidores que nos facilita el acceso a contar con insumos necesarios para esta actividad.

**Energía eléctrica:**

En este proyecto no es de carácter urgente el consumo de este recurso, porque el producto que se ofrece no depende principalmente de esto para su producción. Más sin embargo es un servicio útil para el desarrollo de otras actividades.

**Agua:**

Es de suma importancia contar con este servicio, este es un factor decisivo para la actividad principal de vivero café sembrarte.

**Mercado:**

El Vivero café sembrarte está ubicado en el barrio el rodeo, pero cada mujer del proyecto social, tendrá en su casa un espacio organizado para la comercialización y distribución de las plantas, por motivos de seguridad del covid-19, para facilitar el transporte “tiempo de traslado, gastos en pasajes”, también se toma como opción de comercialización los eventos a las que se asistirán.

**Vías de acceso:**

se cuenta con varias vías de acceso, a cada punto de comercialización, distribuido en cada vivienda de esta manera se les facilita a las personas la ubicación de los respectivos lugares y así que conozcan los productos que se elaboran y la variedad de diseños y especies con la que se cuenta.

**Disponibilidad de agua de riego:**

estas plantas no necesitan re un riego constante ya que no son platas que no lo necesitan constantemente ni en abundante.

**Diseño del producto:**

La planta se ha suculentas o cactus con su respectiva matera de barro decorada con la técnica del puntillismo tiene el mismo proceso de producción en el cual se explica a continuación, para la variación de especies se eligieron 6 que fueron elegidas por los encuestados, se realizaron diagramas en los cuales se menciona el proceso productivo, la especificación técnica, la materia prima, los materiales, maquinaria y elementos indispensables para el buen desarrollo del proceso de producción de las 5.850 platas.

**Figura 50** *Diseño de ejemplo del producto*



Ejemplo del diseño que se comercializara en el vivero Café sembrarte  
Fuente: (creaciones, s.f.)

**Figura 51** *Idea similar del producto a ofrecer*



Ejemplo de la técnica del puntillismo  
Fuente: (Marta, s.f.)

Los precios son fijados según la demanda potencial obtenida por la encuesta realizada teniendo en cuenta la competencia que ofrece este producto, por lo tanto los precios varían según la oferta y la demanda, siendo la demanda el número de compradores que hay en el mercado y la oferta el número de vendedores que hay en el mercado, por lo tanto si hay muchos vendedores que ofrecen una gran cantidad de estas plantas y hay pocos compradores que lo quieren comprar, entonces los precios bajarían pero si hay pocos vendedores y el producto es escaso y difícil de adquirir y hay una gran cantidad de compradores que lo requieren entonces el producto sube.

### **Proceso productivo**

Este proceso nos permite conocer las diferentes etapas de producción que necesitan los productos, para determinar las diferentes fases tecnológicas que desarrollan y así obtener de manera organizada la producción de las plantas suculentas y cactus, estas tienen el siguiente proceso:

#### **proceso de reproducción de suculentas mediante división**

##### **1. Preparación de esquejes**

Una vez adquirido los esquejes se colocan en un recipiente puede ser de cartón, de barro o de plástico se procede a realizar la propagación en aire todos los esquejes son colocados en el

recipiente elegido y se dejan hay por unos días los esquejes deben estar en el sol y más importante el sol de las mañanas, se demora entre 8 a 10 días para echar raíz.

**Figura 52** *Preparación de esquejes*



Fuente: (sukkulenten-Kaufen.de , s.f.)

Ya obtenidos los esquejes de cactus con la canela en la parte cortada se dejan en un sitio oscuro para que seque el corte, donde no le de sol, pasados una semana, se notará que a sanado y empieza a brotar las raíces y en la plata madre.

**Figura 53** *Preparación de esquejes con raíz*



Fuente: (silva, s.f.)

## 2. Selección de esquejes

Se realiza una revisión detallada para observar cuales de los esquejes si están aptos para que broten los hijuelos demoran alrededor de un mes en crecer notoriamente, todo va a depender del clima y la luz a la que están expuestas, recuerda las suculentas y los cactus adoran la luz, pero siempre cuidando que no sea muy fuerte, ni por largas horas, elegir hojas sanas,

tendrá más éxito cuando comience con una planta madre sana y hojas sanas, con color uniforme y sin decoloraciones, manchas o marcas.

**Figura 54** Selección de esquejes suculentas



Fuente: (Bienestar 180, s.f.)

### 3. Abono

Se necesita preparar el abono orgánico como Las cáscaras de huevo se pueden usar como fertilizante o abono casero para suculentas y cactus. Les aportan calcio, fósforo, potasio, hierro y magnesio. Nutrientes muy importantes para favorecer su desarrollo y crecimiento o un sustrato Premium para suculentas y cactus, o el abono de preferencia ya que hay demasiados.

### 4. Sustrato

se realiza la preparación de tierra, en este caso las **suculentas** requieren: tierra negra, arena gruesa o el sustrato de preferencia se le puede agregar sustrato para orquídea ya que se ha evidenciado que ayuda mucho en el crecimiento y ayuda a mejor la propagación, se le agrega carbón para prevenir hongos y tierra de diatomeas para prevenir plagas o en cambio del carbón y la tierra de diatomea, pueden usar aceite potásico y jabón de Nimm. Si van a utilizar fertilizante en grano se rocía justo con el sustrato desde el comienzo en que se está preparando y si se utiliza fertilizante líquido se aplica hasta cuando la hoja comienza a dar brote nuevo.

Para los cactus se necesita tierra para macetas o tierra negra rica en nutrientes y arena de construcción o de río, se mezcla estos dos ingredientes, con la misma cantidad de cada uno, preferiblemente la tierra de río porque es gruesa y porosa, después de que este bien mezclada la

arena se produce a esterilizar la tierra mezclada con agua hirviendo para eliminar virus, hongos, bacterias y también para eliminar semillas de malezas este es muy importante ya que las semillas de los cactus son muy débiles hay que dejar enfriar la arena luego mesclar puede ser aserrín cansaras de arroz, fibras de coco para que el sustrato sea muy ligero.

### **5. Llenar los semilleros**

Se selecciona una bandeja que permita tener una buena propagación, se desinfectan puede ser con un atomizador con alcohol rociando los semilleros y se procede a realizar el relleno con el sustrato que se ha preparado se hacen unos pequeños canales con las manos y sin hacer presión se colocan los esquejes que ya propagaron hijuelos con la raíz hacia arriba justo sobre el canal. La mejor época para reproducir los cactus y las suculentas por esquejes es en primavera y hasta principios del verano.

### **6. Humedecer el sustrato**

se riega agua por los pequeños canales, para que los esquejes adsorban agua y la planta no se moje y tenga menos posibilidades de que se pudra se rocía poca agua.

### **7. Trasplantar**

Se procede a trasplantar las suculentas y cactus cuando midan por mínimo 3 centímetros y que este en una buena condición cada una es su respectiva matera, se debe humedecer el sustrato, para retirar la planta lo puede hacer con una cuchara o unas pincitas.

**Figura 55** Trasplantar



*Fuente: (Ideas Mercado libre, s.f.)*

## 8. Marcación

Una vez se completada la plantación de cada planta en su matera se inicia a marcar cada matera con su respectivo nombre de especie, la fecha de siembra y la fecha de trasplante hasta su venta o siguiente corte.

## 9. Revisión

Cuando las plantas ya estén plasmadas se debe mantener una fumigación contra las plagas y un regado de fertilizantes, esto se debe realizar 2 veces durante su crecimiento.

## 10. Venta

Una vez fulminada la fecha de enrizamiento y crecimiento adecuado se procede a ubicarlas en un lugar donde tenga sol, pero un sol no, muy directo y agua con prudencia mientras son vendidas o comercializadas.

Link donde explican detallada mente la producción de las plantas suculentas y cactus, los factores de cuidado y diferentes maneras de propagar estas plantas,

- Link para la propagación de cactus:

<https://www.youtube.com/watch?v=wsZ4gwAgwbw>

- Link para propagar suculentas:

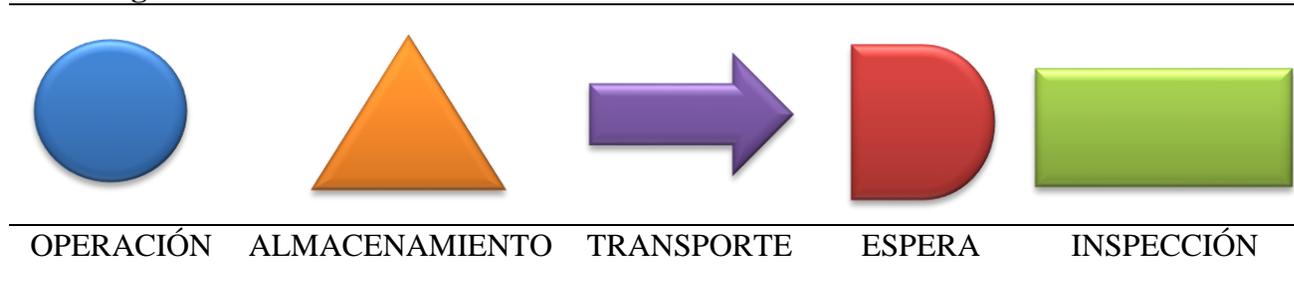
<https://www.youtube.com/watch?v=M0znQZsI5oA>

Para este proceso de producción se requiere de un mes y 15 días, porque es un producto que requiere tiempo y paciencia para su crecimiento, en este tiempo de producción lenta se puede aprovechar para realizar la técnica del puntillo en las materas que se van a vender con las platas. Para la producción producida esto requiere de un Bimestre para adquirir el total de producción y elaboración de la técnica del puntillismo en el total de plantas a vender.

## Diagrama de producción

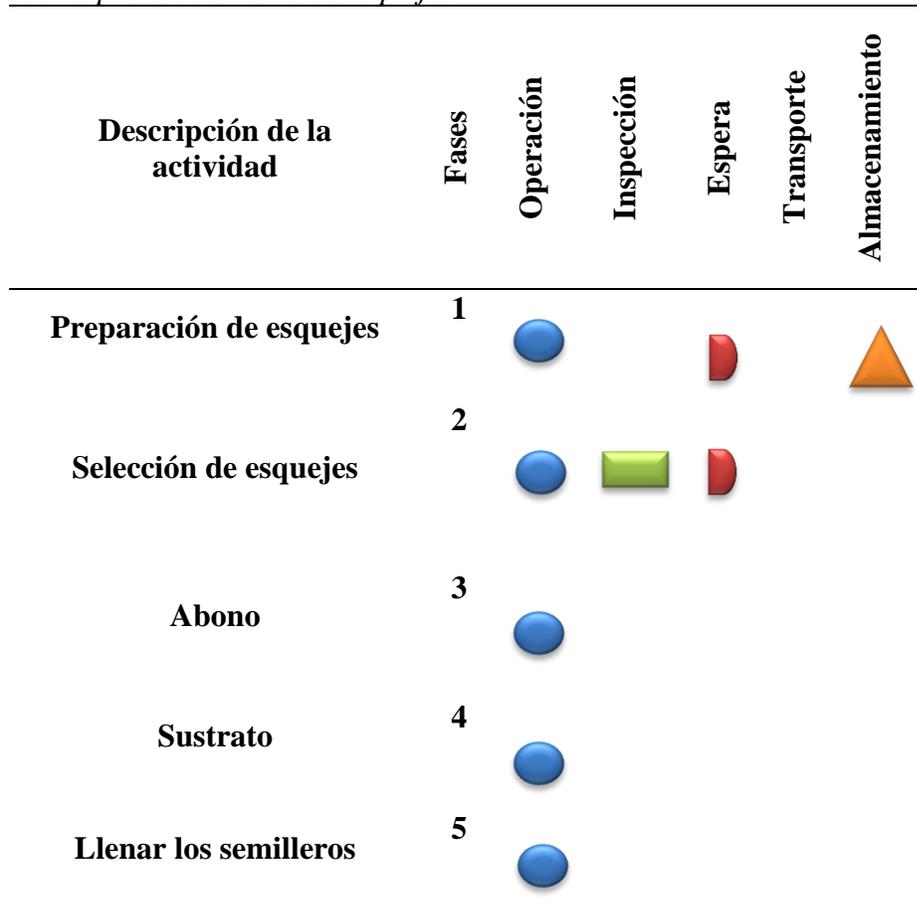
En la figura No. 59 se evidencia el proceso de producción de las plantas suculentas y cactus desde la preparación de los esquejes hasta la respectiva venta.

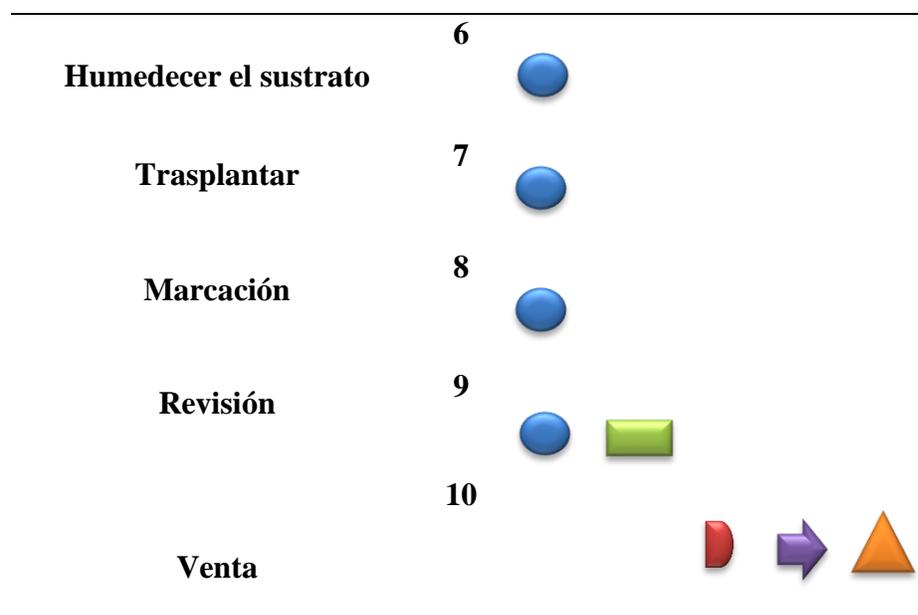
**Figura 56** Nomenclatura



*Elaborada por autoras del proyecto*

**Figura 57** Diagrama del proceso de recorrido para la producción de las suculentas y cactus por crecimiento de esquejes





*Elaborada por autoras del proyecto*

### Proceso de producción por planta

Se determina el proceso de producción en la tabla No.23 donde se define todas las actividades que se deben realizar para la elaboración de cada planta.

**Figura 58** *Proceso de producción por planta*

No. de procesos	Descripción de proceso	Operación 	Transporte 	Inspección 
1	Manipulación de materias primas		0.028	
2	Preparación del sustrato	0.09		
3	Llenado	0.27		
4	Siembra	0.30		
5	Abono	0.4		
6	Riego	0.79		
7	Limpieza			0.09
8	Alistamiento		0.032	
<b>Total</b>			<b>2 minutos</b>	

*Elaborada por autoras del proyecto*

### Materia prima

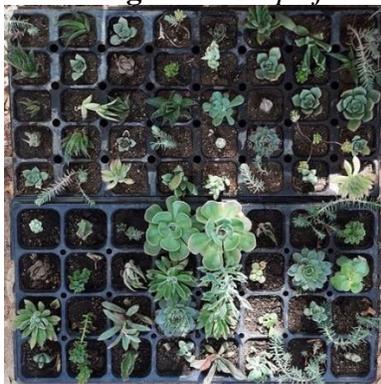
De acuerdo con los resultados de la pregunta No. 13 se obtuvo una preferencia de 6 especies, que fueron las más seleccionadas por los encuestados, estas 6 especies serán divididas por el total requerido para cada mujer emprendedora el cual le corresponde de a 117 plantas en la Tabla No. 24 se observa la distribución correspondiente.

**Tabla 22** *Especificación de cantidad de esquejes*

PLANTAS	Cantidad
Cola de burro	19 esquejes
Suculenta Dudleyas	19 esquejes
Cactus Bola	19 esquejes
Gallinas y pollito	20 esquejes
Cereus	20 esquejes
Suculenta echinopsis subdenudata	20 esquejes
<b>TOTAL</b>	<b>117 esquejes</b>

*Elaborada: por autoras*

**Figura 59** *Esquejes de suculentas y cactus*



Ejemplo del crecimiento de las plantas en el semillero

Fuente: (nacional)

---

**Cuadro 1** *Materiales necesarios para la producción*


---

**Tierra y abonos**
**Materiales**


---

Tierra Abonada bulto



Fuente: (Abonos conagricola)

Semilleros individuales “potes”



Fuente: (Mercado Libre/ pots, 2020)

 Perlita Sustrato Cultivo Sustrato  
Orgánico Suelo


Fuente: (Mercado libre)

Madera de barro



Fuente: (NATURALIZA, 2020)

Jabón potásico y aceite de Nimm



Fuente: (mercado libre)

Juego de pintura acrílica, 36 colores



Fuentes: (Ya esta.com)

Esquejes de suculentas y cactus


 Fuente: (REPRODUCCIÓN DE  
SUCULENTAS MEDIANTE DIVISIÓN)

Estacas



Fuentes: (Mercado Libre/ pots, 2020)

Son los productos que se requieren para la producción de las plantas, Se realizará compras de los esquejes surtidos en las especies seleccionadas de las plantas suculentas, cactus, los respectivos materiales y herramientas necesarias para cada miembro del proyecto vivero café sembrarte a proveedores al por mayor y que cada una organice a su gusto su pequeño huerto o vivero en su hogar.

### Costo de materiales directos

**Tabla 23** *Costos de materiales técnico para la producción*

<b>COSTO DE LOS MATERIALES</b>							
<b>COSTO DE PRODUCCION DE SUCULENTAS Y CACTUS</b>							
<b>COSTO DE LOS MATERIALES</b>							
<b>Ítem</b>	<b>Ingrediente</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Compra</b>	<b>Presentación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>
1	Pote	1	Unidad	\$ 10.000	50	Unidad	200
2	Plántula Tierra	1	Unidad	\$ 50.000	100	Unidad	500
3	Orgánica Abono	123	Cm3	\$ 550.000	7.000.000	Cm3	9,66
4	orgánico Fertilizante	123	Cm3	\$ 45.000	3.000.000	Cm3	1,85
5	Abono Matera	1	Gramo	\$ 5.000	2.000	Gramo	2,50
6	Barro Kit de	1	Unidad	\$ 900	1	Unidad	900
7	pintura	1	unidad	\$ 140.000	117	Unidad	1.197
<b>TOTAL, COSTO MATERIAS PRIMAS</b>							<b>2.811</b>

Tabla que define las compras del total de materiales para un trimestre.

Elaborada por autoras

Precios cotizados para la primera producción, que se comercializara en el vivero café sembrarte se realiza la proyección trimestral por el tiempo que toma la producción, en el desarrollo y crecimiento. En el trimestre 1 se aumenta la producción en un 20%, para que en la siguiente producción se tenga un depósito de inventario en la venta mientras la segunda producción crece, y termina su la primera etapa de crecimiento, el costo de cada planta con su respectiva matera es de \$ 2.811.

## Costo Mano de Obra directa

**Tabla 24** *Costos de mano de obra*

Descripción	Unidad/minutos	Lote	Tiempo Horas	Vr. Hora
Mano Obra D- Producción	2	117	3,9	\$ 6.648,4
Mano Obra D-Técnica Puntillismo	30	117	58,5	\$ 6.648,4
<b>Total Mano de obra</b>	<b>32</b>	<b>117</b>	<b>62,4</b>	<b>\$ 6.648</b>

Tabla que proyecta la mano de obra para producción de 117 y el costo  
Elaborada por autoras

Esta tabla representa los costos de mano de obra directa para el proceso de producción y decoración de la materia, se proyecta una cantidad de 117 plantas con su respectiva materia en la cual toma un tiempo utilizado de 32 minutos por cada una, y 62,4 horas por las 117 plantas y materias se puede observar que la hora trabajada tiene un costo de \$6.648

## Costos Indirectos de fabricación

**Tabla 25** *Costos indirectos de fabricación*

Total, Costos Indirectos de Fabricación Año presupuestado 2021				
Concepto	Fijos	Variables	Meses	Total, Ajustado
Mano de Obra Indirecta	775.136		12	9.301.636
Depreciación Herramientas	98.542		12	1.182.500
Depreciación Muebles y enseres	100.000		12	1.200.000
<b>Total</b>				<b>11.684.136</b>

Tabla que proyecta los costos indirectos para el año 2021  
Elaborada por autoras

La tabla de los costos indirectos de fabricación fijos representa la mano de obra indirecta, la depreciación de herramientas y la depreciación de muebles y enseres por un año-.

## Estudio Legal y Administrativo

Este estudio hace parte del desarrollo del tercer objetivo específico que es la estructuración del componente técnico, organizacional y administrativo del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta. La constitución del proyecto se establece

como una cooperativa, la cual se constituye como asociación libre de personas, constituidas en función de un beneficio común, imponen como estrategia trabajar en conjunto. Las entidades sin ánimo de lucro se constituyen por realizar actividades que generan el bien común y la solidaridad. Su responsabilidad es compartida y está dedicada a ofrecer bienes y servicios que generen un beneficio a sus afiliados, miembros, familia y comunidad en general. su inspección control y vigilancia está a cargo de la superintendencia de la economía solidaria. Se encuentran reguladas en la Ley 454 de 1998, en la ley 79 de 1988, en el decreto 1481 de 1989, en el decreto 1480 de 1989. el objetivo de esta cooperativa es el crecimiento económico y sostenible del vivero, para el cumplimiento de sus metas y objetivos por lo general son de beneficio hacia un grupo social.

La cooperativa maneja una política democrática, todos los miembros tienen los mismos derechos y deberes, actúan en base a la equidad, igualdad y justicia social. Como resultado de estas políticas estándares las cooperativas se caracterizan por crear empresas sostenibles que generan prosperidad, y empleo por un lapso de tiempo sostenible.

El proceso de creación de una cooperativa es muy fácil, debemos cumplir con una serie de parámetros establecidos, que se rigen por la norma de constitución por cooperativas.

1. Debemos realizar las consideraciones previas a la creación de la cooperativa, número de personas, definir el tipo de cooperativa que se va crear, que para este caso es tipo de cooperativa integral, su objetivo social se basa en realizar varias actividades que son complementarias entre sí, como la actividad principal del vivero es la producción comercialización y distribución de suculentas.  
Preparar una capacitación que por ley deben realiza todos los asociados, de mínimo 20 minutos en una institución acreditada por la superintendencia

especial de organizaciones solidarias. La fundación coopcentral ofrece curso de económica solidaria, esta entidad está vigilada por la superintendencia solidaria bajo resolución No 157 del 22 de julio de 2020, este curso tiene un costo unitario de \$35.000 + IVA por persona, en el siguiente link podemos encontrar todo le proceso de inscripción <https://fundacioncoopcentral.com/curso-virtual-basico-de-economia-solidaria/>.

Continuamos realizando los estatutos de la cooperativa, nombre de la cooperativa Vivero café Sembrarte de Villavicencio, domicilio de la organización, tipo de cooperativa integral.

2. Realizar la asamblea de constitución de la cooperativa, se solicita a reunión a los asociados, definir fecha lugar y hora y el objetivo de la reunión, se discuten y establecen los estatutos, se elige al representante y secretario de la asamblea, consejo de administración, junta de vigilancia, revisor fiscal, debe quedar establecido quien será el representante legal o gerente. Una vez discutidos estas variables se procede a elaborar un acta constitutiva firmada por cada miembro.
3. Elaborar los estatutos de la cooperativa:

**Datos de identificación:** domicilio y contacto de los fundadores, el nombre de la cooperativa Vivero Café Sembrar de Villavicencio Cooperativa, organización sin ánimo de lucro, establecer duración y si es indefinida.

**Procedimiento de los asociados con la cooperativa:** derechos y deberos de los asociados, establecer régimen y responsabilidad de la cooperativa, regímenes de sanciones a los integrantes de la cooperativa causales y procedimiento a seguir, establecer el órgano que evalúa la continuidad o no de un asociado,

procedimiento para resolución de conflictos entre asociados por causas inherentes a la cooperativa.

**Definir lo relacionado al establecimiento y manejo de las finanzas a la cooperativa:** establecer la conformación del patrimonio, la forma como los aportantes realizaran el pago, cantidad mínima, definir el procedimiento en el valor de los aportes en especie, determinar las reservas y fondos social. En un comento adjunto debe quedar contemplado los aportes del 25% de cada asociado, en caso de liquidación establecer parámetros de este proceso.

**Se establece todo lo relativo a la estructura y funcionamiento de la cooperativa:** establecer causales de disolución de la cooperativa, causales de reuniones extraordinarias, nombramiento de los cargos.

**Dar legitimidad a los estatutos:** aceptación por escrito de los estatutos firmado por cada uno de los miembros de la cooperativa, certificado del curso de economía solidaria, carta de solicitud de inscripción del representante legal, certificado de existencia y representación legal.

#### 4. Inscribir la cooperativa en la cámara de comercio

Preparar los documentos necesarios: acta de constitución, los aportes y aceptación de cargos suscritos por el presidente y el secretario, copia de los estatutos firmados por los integrantes de la cooperativa. Nota: recordar que el acta de constitución y estatutos legitiman mediante escritura pública o por documento privado, reconocido por un notario o un juez, o funcionario autorizado por la cámara de comercio; diligenciar los documentos formulario

único empresarial de la cámara de comercio, formulario de registro en otras entidades, formulario pre-rut.

5. Trámite ante la superintendencia de economía solidaria:

Petición firmada por representante legal y presidente de junta de vigilancia en los formularios de la superintendencia, certificado general básico de educación cooperativa por una organización acreditada, certificado de antecedentes disciplinarios, certificado del pago del 25% de los aportantes iniciales por parte de todos los asociados.

Todos los documentos se cargan escaneados en un archivo TIFF y almacenado en un CD. El formato de trámite debidamente diligenciado y debe ser entregado en la superintendencia

6. Complementar trámites ante la DIAN.

- Solicito ante la DIAN el registro único tributario
- Solicito autorización de facturación

### **Aportes Sociales**

El aporte social estará determinado por los posibles fondos de emprendimiento o entidades bancaria que respalden la puesta en marcha y sostenibilidad del proyecto Vivero Café Sembrarte de Villavicencio con figura de cooperativa.

### **Organización administrativa de la cooperativa**

La estructura administrativa se basa en la organización y estructuración con el fin de dar continuidad a cada uno de los procesos internos de la cooperativa, cumplir así los objetivos y propuestas de la misma:

Niveles Jerárquicos, El vivero tendrá los siguientes niveles jerárquicos:

### **Nivel Legislativo**

Máximo organismo de dirección de la cooperativa es la Asamblea general de asociados

### **Nivel Ejecutivo**

El consejo de administración se encarga de velar por el cumplimiento de los acuerdos pactados, controlar supervisar y servir de apoyo en todo lo que necesite la Asamblea general de asociados.

### **Nivel asesor y operativo**

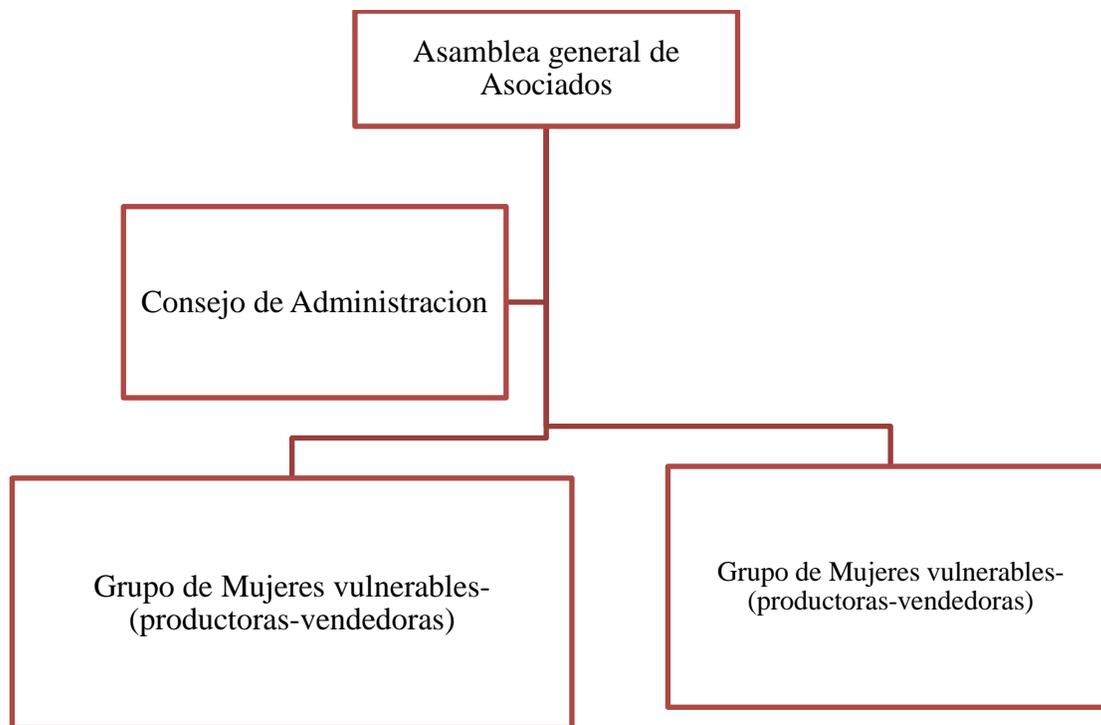
Es la persona encargada de realizar la función y la operatividad del proceso de producción del proyecto, es quien tiene relación directa con la actividad principal que es la producción de las plantas suculentas, realizara la labor de operativo y quien también realiza la venta del mismo.

### **Organigramas**

El organigrama es la representación gráfica de la cooperativa, la estructura convencional de dar a conocer la organización de una cooperativa, en este se describe los departamentos áreas y cargos que la conforman, así tener un panorama más amplio de cómo está estructurada la organización.

## Organigrama estructural de la cooperativa

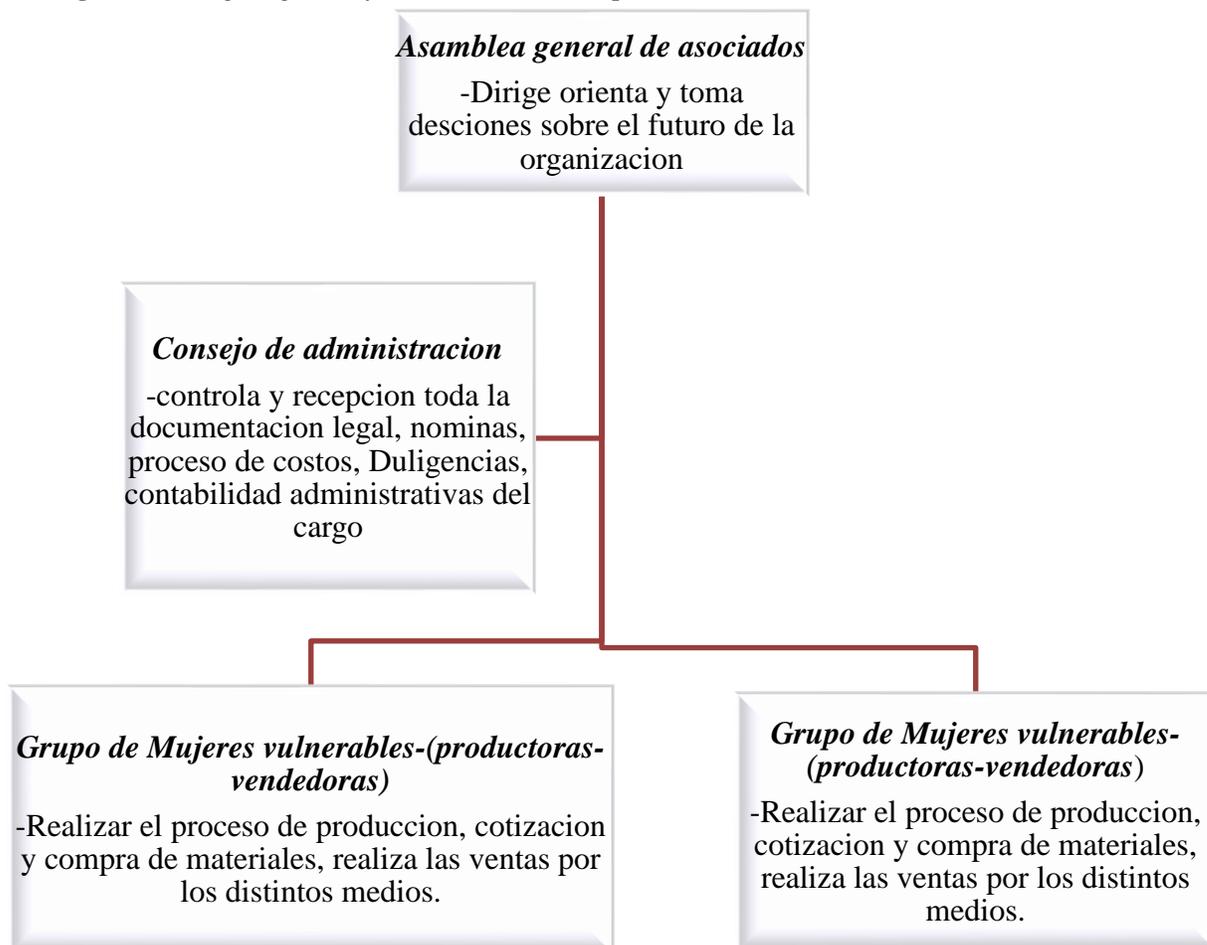
**Figura 60** *Organigrama estructural de la cooperativa*



Elaborada por autor

## Organigrama funcional de la cooperativa “vivero café sembrarte”

**Figura 61** Organigrama funcional de la cooperativa



Elaborado por autoras

## Manual de funciones de los cargos

**Cuadro 2** Manual de la Asamblea general de Asociados

	<b>CODIGO</b>	1
	<b>TITULO DEL PUESTO</b>	ASAMBLEA GENERAL DE ASOCIADOS
	<b>SUBALTERNOS</b>	CONSEJO DE ADMINISTRACION
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>		
Ser el representante y máximo órgano de la cooperativa, dirigir controlar y guiar las decisiones, políticas, estatutos que se establecen dentro de la organización		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>		
- tomar decisiones de sobre el futuro del proyecto		
- ser el máximo órgano administrativo como director administrativo dentro de la cooperativa		
- responsable de dar cuentas a los distintos asociados a la cooperativa.		
- realizar proyecciones económicas y de viabilidad del proyecto		
- busca planifica las fuentes de financiación del proyecto.		
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>		
- estipular el plan comercial de ventas.		
- Controlar el registro de ventas, costos y manejo administrativo.		
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>EDUCACION: PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y FINANCIERO.</b>		
<b>EXPERIENCIA: 5 AÑOS DE EXPERIENCIAS COMO DIRECTOS DE PROYECTOS</b>		

Elaborado por autoras

**Cuadro 3** Manual del Consejo de administración

	<b>CODIGO</b>	2
	<b>TITULO DEL PUESTO</b>	CONSEJO DE ADMINISTRACION
	<b>SUBALTERNOS</b>	BENEFICIARIAS DEL PROYECTO
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>		
El órgano encargado de vigilar y supervisar el buen manejo de los recursos del proyecto, servir de apoyo a la Asamblea general de asociados, en temas administrativos, legales, producción y demás tareas que se asigne por la figura superior.		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>		
- Llevar el control de los costos y gastos del vivero.		
- la buena administración de los recursos disponibles		
- Planificar el proceso de ventas del mes para cada mujer, velar por que las materias primas no se acaben.		
- Tener una base de datos de los clientes potenciales y aquellos posibles clientes.		
- supervisar el trabajo y orden de los insumos y elementos para la producción de las suculentas.		
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>		
- supervisor la ejecución del plan de trabajo		
- Controlar el registro de ventas, costos y manejo administrativo.		
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>EDUCACION:</b> ESTUDIANTE DE 6 SEMESTRE EN ADMINISTRACION FINANCIERA O ADMINISTRATIVA.		
<b>EXPERIENCIA:</b> 3 AÑOS DE EXPERIENCIAS COMO SECRETARIA DE CONTROL Y SUPERVISION.		

Elaborado por autoras

**Cuadro 4** Manual del Miembro beneficiario del proyecto

	<b>CODIGO</b>	3
	<b>TITULO DEL PUESTO</b>	MIEMBRO BENEFICIARIO DEL PROYECTO
	<b>SUBALTERNOS</b>	GRUPO DE MUJERES DEL PROYECTO
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO</b>		
<p>Capacitarse en el proceso de producción de las suculentas y cactus, manejar los tiempos del cultivo. Aprender el proceso de mercadeo por los diferentes medios de distribución.</p>		
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>		
- aprender el proceso de producción de las suculentas y los cactus.		
- conocer el proceso de compra de los proveedores.		
- Planificar el proceso de ventas del mes		
- Tener una base de datos de los clientes potenciales y aquellos posibles clientes.		
- Velar por el buen ambiente laboral y servir de intermediario cuando se presenten conflictos dentro de la empresa		
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>		
- realizar el proceso de aseo y buena imagen.		
- Controlar el registro de ventas, costos y manejo administrativo.		
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>EDUCACION:</b> SIN EDUCACION		
<b>EXPERIENCIA:</b> SIN EXPERIENCIA LABORAL		

Elaborado por autoras

### Estudio económico

A partir de este enunciado se desarrolla el cuarto objetivo específico del proyecto que es evaluación de la factibilidad económica y financiera del emprendimiento social vivero café sembrante de Villavicencio-Meta, el estudio económico nos permite determinar la viabilidad tomando como base, recursos económicos que serán invertidos para el inicio del proyecto, realizando proyecciones y obteniendo el coste total del proceso de producción, estos datos nos permiten ver si el proyecto es viable en términos de rentabilidad económica.

#### Inversión Inicial

**Tabla 26** *Capital de trabajo*

<b>Descripción</b>	<b>Parcial</b>	<b>Vr. 45 días de producción</b>
Capital de Trabajo		74.041.374
Tesorería Inicio del Proyecto	0	0
Costos de Producción		51.704.555
Costos de Materias Primas	24.855.454	
Costo de Mano de Obra	25.388.584	
Costos Indirectos Fabricación	1.460.517	
Gastos de Operación		7.971.818
Gastos de Administración	4.746.409	
Gastos de Ventas	3.225.409	
Inversión Inicial		14.365.000
Muebles y Enseres	12.000.000	
materiales	0	
Herramientas	2.365.000	

Tabla que indica el capital que se requiere  
Elaborado por autores

Esta tabla describe el capital de trabajo inicial, que se requiere para llevar a cabo la producción y la distribución de las plantas suculenta y cactus con su respectiva materia decorada con la técnica del puntillismo.

## Presupuesto recursos económicos para la Inversión Inicial

**Tabla 27 Crédito de la inversión**

<b>Tabla de amortización</b>	
Fecha Préstamo	2/01/2021
Monto Préstamo	74.041.374
Numero Cuotas	20
Tasa de Interés Efectiva Anual	27,72%
Tasa de Interés Efectiva Bimestral	6,31%

Tabla que informa los datos principales del crédito  
Elaborado por autoras

**Tabla 28 Amortización**

Fecha	Cuotas	Cuota Mensual	Abono Interés	Abono Capital	Saldo
	0				74.041.374
1/04/2021	1	-6.617.441	4.670.309	-1.947.133	72.094.241
1/07/2021	2	-6.617.441	4.547.489	-2.069.952	70.024.289
1/10/2021	3	-6.617.441	4.416.923	-2.200.518	67.823.770
2/01/2022	4	-6.617.441	4.278.121	-2.339.321	65.484.450
1/04/2022	5	-6.617.441	4.130.563	-2.486.878	62.997.572
1/07/2022	6	-6.617.441	3.973.699	-2.643.743	60.353.829
1/10/2022	7	-6.617.441	3.806.939	-2.810.502	57.543.327
2/01/2023	8	-6.617.441	3.629.661	-2.987.780	54.555.547
1/04/2023	9	-6.617.441	3.441.201	-3.176.240	51.379.306
1/07/2023	10	-6.617.441	3.240.853	-3.376.588	48.002.718
1/10/2023	11	-6.617.441	3.027.868	-3.589.573	44.413.145
2/01/2024	12	-6.617.441	2.801.449	-3.815.993	40.597.152
1/04/2024	13	-6.617.441	2.560.747	-4.056.694	36.540.458
1/07/2024	14	-6.617.441	2.304.863	-4.312.578	32.227.879
1/10/2024	15	-6.617.441	2.032.838	-4.584.603	27.643.276
2/01/2025	16	-6.617.441	1.743.655	-4.873.786	22.769.490
1/07/2025	17	-6.617.441	1.436.231	-5.181.210	17.588.280
1/10/2025	18	-6.617.441	1.109.416	-5.508.025	12.080.255
2/01/2026	19	-6.617.441	761.986	-5.855.455	6.224.800
1/04/2026	20	-6.617.441	392.642	-6.224.800	0
<b>Totales</b>		<b>-132.348.828</b>	<b>58.307.455</b>	<b>-74.041.374</b>	

Tabla que describe y especifica la amortización del crédito durante 5 años  
Elaborada por autoras

Se proyecta la amortización a 5 años, a un número de cuotas de 20 trimestres, se localiza los datos principales, como la fecha de adquisición del préstamo el monto, la tasa la cual esta convertida a una trimestral vencida, con el fin de utilizar este préstamo para la adquisición, de los materiales para la producción, las herramientas y los muebles.

### Presupuesto de compra de materiales

**Tabla 29** *Compra total de materia prima directa*

Trimestre	Costo de Materia Primas Directa Utilizada				Costo anual
	1	2	3	4	
<b>Pote</b>	2.947.833	2.877.647	3.228.579	3.579.512	12.633.570
<b>Plántula</b>	7.369.583	7.194.116	8.071.448	8.948.779	31.583.925
<b>Tierra Orgánica</b>					
<b>Cm3</b>	142.444	139.052	156.010	172.967	610.472
<b>Abono orgánico</b>	27.194	26.546	29.784	33.021	116.545
<b>Fertilizante</b>	36.848	35.971	40.357	44.744	157.920
<b>Matera Barro Unidad</b>	13.265.249	12.949.409	14.528.606	16.107.802	56.851.065
<b>Kit de pintura</b>	17.636.608	17.216.688	19.316.285	21.415.881	75.585.462
<b>(=) Valor Total Compra</b>	<b>41.425.757</b>	<b>40.439.429</b>	<b>45.371.067</b>	<b>50.302.705</b>	<b>177.538.958</b>

Tabla que describe el total de compras de la materia prima directa

Elaborada por autoras

El presupuesto de compra de materiales contempla el costo de materias primas directa utilizadas para producción trimestral, describe que materiales se necesitan y su costo anual.

### Presupuesto de Mano de obra

**Tabla 30** *Valor costo mano de obra producción y puntillismo*

Valor Costo Total de Mano de Obra Producción y Técnica Puntillismo					
TRIMESTRE	1	2	3	4	Total
<b>Producción Suculentas y Cactus</b>	3.173.573	3.098.012	3.475.818	3.853.624	13.601.027
<b>Técnica de Puntillismo</b>					
<b>Materas</b>	47.603.595	46.470.177	52.137.271	57.804.366	204.015.409
<b>Total Costo MOD</b>	<b>50.777.168</b>	<b>49.568.188</b>	<b>55.613.089</b>	<b>61.657.990</b>	<b>217.616.436</b>

Tabla que describe el valor de la mano de obra por trimestres

Elaborado por autoras

Esta tabla no indica el valor de la mano de obra que tiene según la hora trabajada las 50 mujeres en cada trimestre, obteniendo el total costo de la mano de obra trimestral y anual.

### **Presupuesto Costos indirectos de fabricación**

Para la asignación del CIF se toma como base las horas de Mano de Obra Directa las cuales se hallan:

Tasa Presupuestada	<u>CIF Presupuestado</u>	<u>11.684.136</u>	<u><b>184,9697</b></u>
	Total Unidades Presupuestada	63.168	

Una vez hallada la Tasa Presupuestada se asigna cada producto por cada proceso y para cada Bimestre

**Tabla 31** *Producto por cada proceso y para cada Trimestre*

Trimestre	Unidades para producir	Tasa CIF	Total, CIF
1	14.739	184,9697	2.726.299
2	14.388	184,9697	2.661.387
3	16.143	184,9697	2.985.946
4	17.898	184,9697	3.310.505
<b>Total</b>	<b>63.168</b>	<b>184,9697</b>	<b>11.684.136</b>

Tabla que describe el valor de la mano de obra por trimestres  
Elaborado por autoras

## Informe de costos de productos vendidos presupuestado anual

**Tabla 32** *Informe de costos de productos vendidos*

<b>Estado de costos productos vendidos</b>	
<b>Materias Primas Directas</b>	
Inventario Inicial de Materias Primas	0
<b>Mas</b> Compras de Materias Primas	79.868.638
<b>Igual Materias Primas Disponibles</b>	79.868.638
<b>Menos</b> Inventario Final Materias Primas	35.507.792
<b>Igual Costo Materia Prima Utilizada</b>	<b>177.538.958</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	
<b>Mas Costo de Mano Obra Directa</b>	<b>217.616.436</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	
<b>Mas</b> Costos Indirectos de Fabricación	<b>11.684.136</b>
<b>Igual Total Costo de Producción</b>	<b>406.839.531</b>
<b>Mas</b> Inventario Inicial Prod. Proceso	0
<b>Menos</b> Inventario Final Prod. Proceso	0
<b>Igual Costo Productos Terminados</b>	<b>406.839.531</b>
<b>Mas</b> Inventario Inicial Prod. Terminados	0
<b>Igual Productos Disponible Venta</b>	<b>406.839.531</b>
<b>Menos</b> Inventario Final Prod. Terminados	22.602.019
<b>Igual Total Costo de Prod. Vendidos</b>	<b>384.237.512</b>

Tabla que describe el costo de producción vendidos presupuestados  
Elaborado por autoras

Esta tabla podemos observar el presupuesto del costo total de los productos vendidos en el año.

## Estimación del Costo Unitario

**Tabla 33** *Costo unitario por planta*

<b>Valor Total Costo Unitario de Producción</b>	
<b>Anual</b>	<b>Suculentas y Cactus</b>
<b>Valor Costo Materia Prima</b>	177.538.958
<b>Valor Costo Mano de Obra</b>	217.616.436
<b>Valor Costos Indirectos Fabricación</b>	11.684.136
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>406.839.530,86</b>
<b>Total Unidades Producidas</b>	<b>63.168,00</b>
<b>Menos Inventario Final Suculentas y Cactus</b>	<b>22.602.142</b>
<b>Total Costo de Venta de Suculentas y Cactus</b>	<b>384.237.388</b>
<b>Unidades Vendidas</b>	<b>59.659</b>
<b>Total Costo Unitario de Producción</b>	<b>6.441</b>

En esta tabla se puede observar el costo unitario de producción por planta  
Elaborado por autoras

## Proyección de costos

**Tabla 34** *Proyección costos*

<b>Descripción</b>	<b>PROYECCION COSTOS</b>				
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Crecimiento demanda		1,007730187	1,007445328	1,006774148	1,006369189
Indicador de Inflación	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%
<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>384.237.388</b>	<b>403.854.327</b>	<b>424.356.185</b>	<b>445.601.762</b>	<b>467.722.799</b>
Cantidad de Venta Suculentas y Cactus	59.659	60.120	60.567	60.978	61.366
costo Venta Suculentas y Cactus	6.441	6.718	7.006	7.308	7.622

Tabla de proyección de costos con el crecimiento de la demanda y el indicador de inflación  
Elaborado por autoras

### Estimación del precio de venta

% de Margen **32,20%**

Precio de Venta =	$\frac{\text{Costo Unitario}}{1 - \% \text{ de Utilidad}}$
-------------------	--

Costo de Venta	<u>6.440,56</u>	<b>9.500</b>
Suculentas y Cactus	1 - 0,3220	

Esta fórmula nos ayuda a calcular el precio de venta, costo unitario de 6.440,56 por cada planta producida, teniendo en cuenta el costo unitario de cada producto se fija el precio de venta de acuerdo al método seleccionado por la empresa, que en el nuestro es el precio de venta donde se recupera el costo ms un porcentaje de utilidad, se tomó el porcentaje de utilidad del 32,20% que se toma como base en los resultados de la encuesta del precio que estarían dispuesto a pagar por una suculenta más la materia:

2

- . Parámetro p) 11.421,8  
 p= Precio promedio del producto en el mercado

**Tabla 35** Precio de adquisición de la población

Pregunta 18 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir este tipo de plantas?

Precio				
Opciones	Periodicidad	M	P*M	%
\$7.000 a \$10.000	165	\$8.000	\$1.320.000	42%
\$10.000 a \$ 15.000	164	\$12.500	\$2.050.000	42%
\$15.000 a \$ 20.000	37	\$22.500	\$832.500	10%
Mayor a \$25.000	9	\$28.000	\$252.000	2%
Ninguna	15	0	0	4%
Total	390		\$4.454.500	100%
Precio Promedio			\$ 11.422	

Tabla de pregunta sobre precio que estaría dispuesto a pagar la demanda

Elaborado por autoras

## Presupuesto de unidades de ventas

**Tabla 36** *Presupuesto de ventas en unidades por trimestre*

<b>Total unidades a producir</b>					
<b>BIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL anual</b>
<b>Unidades Para Vender</b>	12.283	14.037	15.792	17.547	<b>59.659</b>
<b>(+) Unidades IFPT</b>	2.457	2.807	3.158	3.509	<b>3.509</b>
<b>(+) Unidades IFPP</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Total Unidades Necesarias</b>	<b>14.739</b>	<b>16.845</b>	<b>18.950</b>	<b>21.056</b>	<b>63.168</b>
<b>(-) Unidades IIPT</b>	0	2.457	2.807	3.158	<b>0</b>
<b>(-) Unidades IIPP</b>	0	0	0		
<b>TOTAL UNIDADES PRODUCIR</b>	<b>14.739</b>	<b>14.388</b>	<b>16.143</b>	<b>17.898</b>	<b>63.168</b>

Tabla de presupuesto de ventas en pesos por trimestre

Elaborado por autoras

En esta tabla de presupuesto de ingresos concluimos que el nivel de producción no será de forma lineal, tomando en cuenta que es un proyecto que hasta ahora se está posicionando en el mercado, estimamos un porcentaje de ventas del 70% para el primer trimestre, del 80% para la segunda producción, del 90% para la tercera producción y para la tercera producción del 100%

Para el primer trimestre se aprecia una producción excedente del 20% para no tener contratiempo ni complicación en un momento determinado, para no quedarnos sin stock para el segundo trimestre tomando en cuenta los tiempos de producción.

## Proyección de ingresos

**Tabla 37** *Proyección de ingresos*

PROYECCION INGRESOS					
<b>Descripción</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Crecimiento demanda		1,008	1,007	1,007	1,006
Indicador de Inflación del Consumidor	2,0%	2,10%	2,068%	2,020%	1,980%
<b>Ventas Suculentas y Cactus</b>	<b>566.734.01</b>	<b>583.108.39</b>	<b>599.598.28</b>	<b>615.853.98</b>	<b>632.048.05</b>
Cantidad de Venta	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>3</b>
Suculentas y Cactus	59.659	60.120	60.567	60.978	61.366
Precio Venta Suculentas y Cactus	9.500	9.699	9.900	10.100	10.300

Tabla de proyección de ingresos por 5 años  
Elaborado por autoras

La proyección de ingresos se efectúa tomando el crecimiento de ventas anual total del primer año, tomando como referencia los índices de inflación del mercado, y el crecimiento proyectado de la población (demanda), estos porcentajes de índice de inflación se toma en base a un estudio del grupo Bancolombia que pronostican esta % de inflación, para el crecimiento de la demanda se toma de una base de datos del DANE de la población de la ciudad de Villavicencio.

## Presupuesto de gastos de operación

**Tabla 38** *Gastos de administración anual*

<b>Gastos de administración</b>	<b>valor mensual individual</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>No. Meses</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de personal Administrativo		<b>1.550.273</b>	<b>12</b>	<b>\$ 18.603.272</b>
Honorarios profesionales		<b>1.000.000</b>	<b>12</b>	<b>\$ 12.000.000</b>
Transporte urbano	200.000		12	2.400.000
Impuestos		0	12	0
Servicios Públicos	179.000		12	2.148.000
Gastos Legales Constitución		1.000.000	1	1.000.000
Reunión Refrigerios		155.000	4	620.000
Depreciación			12	0
Diversos, Papelería		100.000	12	1.200.000
<b>Total, Gastos de Administración</b>		<b>1.255.000</b>		<b>37.971.273</b>
Pronóstico de gastos de administración anual				
Elaborado por autoras				

Realizamos el pronóstico de gastos de administración anual para el mantenimiento y funcionamiento general de vivero, en los gastos de personal administrativo se discrimina todo lo que está contemplado en la ley, se contempla un gasto de \$1.000.000 para profesional de producción de suculentas nos brinda toda la orientación y no tener percances por no tener conocimiento ya que en internet la información puede ser distorsionada, se contempla gastos de transporte por \$200.000 para el desplazamiento de la secretaria a cada una de las cosas de la señora para realizar visitas de seguimiento, igualmente para refrigerios en el momento de realizar reuniones.

**Tabla 39** *Gastos de ventas anuales*

<b>Gastos de Ventas</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>No. Meses</b>	<b>Valor Anual</b>
Gastos de personal secretaria	1.550.273	12	18.603.273
Comisiones y Transporte	300.000	12	3.600.000
Publicidad	300.000	12	3.600.000
<b>Total, Gastos de Ventas</b>	<b>2.150.273</b>		<b>25.803.273</b>

Pronóstico de gastos de ventas anual

Elaborado por autoras

Los gastos de ventas anual se componen de los gastos de personal (secretaria del consejo de administración), comisiones de transporte y publicidad para contar con un presupuesto de gastos.

### **Presupuesto de gastos no operacionales**

**Tabla 40** *Gastos de no operacionales anual*

<b>Concepto/anual</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total</b>
Abono la Obligación Financiera		10.928.90	13.958.39	17.827.66		
	8.556.924	3	5	2	22.769.490	74.041.374
<b>TOTAL, GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>8.556.924</b>	<b>10.928.90</b>	<b>13.958.39</b>	<b>17.827.66</b>	<b>22.769.490</b>	<b>74.041.374</b>

Pronóstico de gastos no operacionales anual

Elaborado por autoras

Los gastos bancarios que podemos observar son los intereses pagos en el término de un año lo que da igual a \$74.041.374 millones de intereses.

### **Presupuesto de pagos obligación financiera**

**Tabla 41** *Pagos obligación financiera anual*

<b>Concepto/anual</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total</b>
Abono a intereses	17.912.842	15.540.863	12.511.371	8.642.104	3.700.276	58.307.455
<b>TOTAL, GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>17.912.842</b>	<b>15.540.863</b>	<b>12.511.371</b>	<b>8.642.104</b>	<b>3.700.276</b>	<b>58.307.455</b>

Pronóstico de gastos no operacionales anual

Elaborado por autoras

Los pagos a la obligación financiera anual son igual a un total de \$58.307.455 millones de pesos, maneja un interés 27,72% efectiva anual, y tasa 6,31% trimestral vencida.

## Proyección de gastos de operación y no operacionales

**Tabla 42** *Proyección de gastos de operación y no operacionales*

Descripción	Proyección de Gastos de Operación				
	2021	2022	2023	2024	2025
Crecimiento demanda -Dane		1,007730187	1,007445328	1,006774148	1,006369189
Índice de Inflación - Bancolombia	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%	4,3%
<b>Gastos fijos de Administración</b>	<b>37.971.273</b>	<b>39.604.038</b>	<b>41.307.011</b>	<b>43.083.213</b>	<b>44.935.791</b>
Gastos de personal Administración honorarios	18.603.273	19.403.214	20.237.552	21.107.767	22.015.401
Transporte Urbano	12.000.000	12.516.000	13.054.188	13.615.518	14.200.985
Servicios Públicos	2.400.000	2.503.200	2.610.838	2.723.104	2.840.197
Servicios Públicos	2.148.000	2.240.364	2.336.700	2.437.178	2.541.976
Gastos Legales	1.000.000	1.043.000	1.087.849	1.134.627	1.183.415
Reunión Refrigerios	620.000	646.660	674.466	703.468	733.718
Depreciación	0	0	0	0	0
Diversos, Papelería	1.200.000	1.251.600	1.305.419	1.361.552	1.420.099
Total, Gastos fijos Ajustado por inflación	37.971.273	39.604.038	41.307.011	43.083.213	44.935.791
<b>Gastos fijos de Ventas</b>	<b>25.803.273</b>	<b>26.912.814</b>	<b>28.070.065</b>	<b>29.277.077</b>	<b>30.535.992</b>
Gastos de personal secretaria	18.603.273	19.403.214	20.237.552	21.107.767	22.015.401
Comisiones y Transportes	3.600.000	3.754.800	3.916.256	4.084.655	4.260.296
Publicidad	3.600.000	3.754.800	3.916.256	4.084.655	4.260.296
Total, Gastos fijos Ajustado por inflación	25.803.273	26.912.814	28.070.065	29.277.077	30.535.992
Total, Gastos fijos Administra-Ventas	<b>63.774.546</b>	<b>66.516.851</b>	<b>69.377.076</b>	<b>72.360.290</b>	<b>75.471.783</b>
<b>Gastos No Operacionales Variables</b>	<b>17.912.842</b>	<b>15.540.863</b>	<b>12.511.371</b>	<b>8.642.104</b>	<b>3.700.276</b>
Gastos Financieros Variables	17.912.842	15.540.863	12.511.371	8.642.104	3.700.276
Total, Gastos de Operación	<b>81.687.388</b>	<b>82.057.714</b>	<b>81.888.447</b>	<b>81.002.394</b>	<b>79.172.059</b>

Tabla de proyección de gastos no operacionales anual

Elaborado por autoras

Podemos observar que el total de gastos pronosticados para la operación del vivero en la proyección de los 5 años, varían de acuerdo al porcentaje de proporción en que disminuyen los gastos financieros.

## Informes financieros proyectados

### Estado de resultados proyectado

**Tabla 43** Estado de resultados proyectado

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Ventas Suculentas y Cactus</b>	<b>566.734.017</b>	<b>583.108.392</b>	<b>599.598.287</b>	<b>615.853.988</b>	<b>632.048.053</b>
Menos Costo de Producción	384.237.388	403.854.327	424.356.185	445.601.762	467.722.799
<b>Igual Margen de Contribución</b>	<b>182.496.629</b>	<b>179.254.065</b>	<b>175.242.103</b>	<b>170.252.226</b>	<b>164.325.254</b>
<b>Menos Gastos Operación</b>					
<b>Administración</b>	<b>37.971.273</b>	<b>39.604.038</b>	<b>41.307.011</b>	<b>43.083.213</b>	<b>44.935.791</b>
Gastos de personal Administradora	18.603.273	19.403.214	20.237.552	21.107.767	22.015.401
honorarios	12.000.000	12.516.000	13.054.188	13.615.518	14.200.985
Transporte Urbano	2.400.000	2.503.200	2.610.838	2.723.104	2.840.197
Servicios Públicos	2.148.000	2.240.364	2.336.700	2.437.178	2.541.976
Gastos Legales					
Constitución	1.000.000	1.043.000	1.087.849	1.134.627	1.183.415
Reunión Refrigerios	620.000	646.660	674.466	703.468	733.718
Depreciación	0	0	0	0	0
Diversos, Papelería	1.200.000	1.251.600	1.305.419	1.361.552	1.420.099
<b>Menos Gastos Operación Ventas</b>	<b>25.803.273</b>	<b>26.912.814</b>	<b>28.070.065</b>	<b>29.277.077</b>	<b>30.535.992</b>
Gastos de personal Secretaria	18.603.273	19.403.214	20.237.552	21.107.767	22.015.401
Comisiones y Transportes	3.600.000	3.754.800	3.916.256	4.084.655	4.260.296
Publicidad	3.600.000	3.754.800	3.916.256	4.084.655	4.260.296
<b>Total Utilidad Operacional</b>	<b>118.722.083</b>	<b>112.737.213</b>	<b>105.865.027</b>	<b>97.891.935</b>	<b>88.853.471</b>
Más Ingresos No Operacionales	0	0	0	0	0
Menos Gastos No Operacionales	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Antes Impuestos e Intereses</b>	<b>118.722.083</b>	<b>112.737.213</b>	<b>105.865.027</b>	<b>97.891.935</b>	<b>88.853.471</b>
Gastos Financieros	17.912.842	15.540.863	12.511.371	8.642.104	3.700.276
Impuesto de Renta 20%	20.161.848	19.439.270	18.670.731	17.849.966	17.030.639
<b>Utilidad Neta</b>	<b>80.647.393</b>	<b>77.757.080</b>	<b>74.682.925</b>	<b>71.399.865</b>	<b>68.122.556</b>

Tabla de proyección estados de resultados

Elaborado por autoras

En el estado de resultados observamos el volumen de tendencia de las ventas es creciente, tomando en cuenta que se logre las ventas totales, los gastos de operación de mayor relevancia son los gastos financieros y los gastos de administración, como resultado el flujo de caja tenemos resultados positivos por la gran participación de las ventas no se puede permitir que las ventas disminuyan, son el soporte que brinda la rentabilidad al contrario se pueden marcar metas ventas, hoy en día con tamos con muchos medios de comercialización entre ellos las redes, eventos como fiestas, ferias, páginas web, punto de venta estratégico, entre otros.

**Tabla 44** *Flujo de tesorería proyectado*

Descripción	AÑOS PROYECTADOS FLUJO DE TESORERÍA					
	0	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025
<b>Saldo Inicial de Tesorería</b>	<b>74.041.374</b>	<b>74.041.374</b>	<b>96.201.380</b>	<b>162.190.758</b>	<b>220.740.582</b>	<b>271.973.788</b>
<b>Entrada de Recursos</b>		<b>566.734.017</b>	<b>583.108.392</b>	<b>599.598.287</b>	<b>615.853.988</b>	<b>632.048.053</b>
Ventas Contado		566.734.017	583.108.392	599.598.287	615.853.988	632.048.053
Suculentas y Cactus						
Recaudo de Cartera		0	0	0	0	0
<b>Salida de Recursos</b>		<b>546.956.511</b>	<b>519.501.514</b>	<b>542.248.464</b>	<b>565.820.782</b>	<b>590.349.430</b>
Costo Variable de Producción		384.237.388	403.854.327	424.356.185	445.601.762	467.722.799
Costo Invent-Final						
Materias Primas		35.507.792	1.526.835	1.592.489	1.660.966	1.732.388
Costo Invnet-Final						
Suculentas y Cactus		22.602.019	971.887	1.013.678	1.057.266	1.102.729
Pago a acreedores inversión Inicial		14.365.000	0	0	0	0
Gastos Operación Administración		37.971.273	39.604.038	41.307.011	43.083.213	44.935.791
Gastos Operativos de Venta		25.803.273	26.912.814	28.070.065	29.277.077	30.535.992
Pago de Impuestos		0	20.161.848	19.439.270	18.670.731	17.849.966
Pago de Obligación Financiera Intereses		17.912.842	15.540.863	12.511.371	8.642.104	3.700.276
Pago de Obligación Financiera Capital		8.556.924	10.928.903	13.958.395	17.827.662	22.769.490
Otros ingresos (costo x Depreciación)		2.382.500	2.382.500	1.200.000	1.200.000	1.200.000
<b>Saldo Final de Tesorería</b>	<b>74.041.374</b>	<b>96.201.380</b>	<b>162.190.758</b>	<b>220.740.582</b>	<b>271.973.788</b>	<b>314.872.411</b>

Elaborado por autoras

Flujo de tesorería proyectado permite identificar movimientos del efectivo que afectan el disponible del proyecto, identifica la capacidad de la empresa para generar caja y nos permite

evaluar las posibilidades de éxito, supervivencia o fracaso que puede tener el proyecto en los próximos 5 años por el momento el vivero no presenta ninguna pérdida, se debe mantener las ventas y si es posible marcando metas para aumentar los ingresos y tener una mayor rentabilidad.

**Tabla 45** Estado de la situación financiera proyectada

Cuentas	AÑOS PROYECTADOS ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
	0	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025
<b>Activo</b>	<b>74.041.374</b>	<b>166.293.691</b>	<b>232.399.290</b>	<b>292.355.281</b>	<b>345.106.720</b>	<b>389.640.459</b>
<b>Activo Corriente</b>						
Tesorería	74.041.374	96.201.380	162.190.758	220.740.582	271.973.788	314.872.411
Inventario Final						
Suculentas y Cactus	0	35.507.792	37.034.627	38.627.116	40.288.082	42.020.469
Inventario Final						
Materias Primas	0	22.602.019	23.573.906	24.587.584	25.644.850	26.747.579
<b>Total Activo</b>						
<b>Corriente</b>	<b>74.041.374</b>	<b>154.311.191</b>	<b>222.799.290</b>	<b>283.955.281</b>	<b>337.906.720</b>	<b>383.640.459</b>
<b>Activo NO Corriente</b>						
Propiedad Planta y						
Equipo	0	14.365.000	14.365.000	14.365.000	14.365.000	14.365.000
Depreciación						
Acumulada	0	2.382.500	4.765.000	5.965.000	7.165.000	8.365.000
<b>Total Activo No</b>						
<b>Corriente</b>	<b>0</b>	<b>11.982.500</b>	<b>9.600.000</b>	<b>8.400.000</b>	<b>7.200.000</b>	<b>6.000.000</b>
<b>Pasivo</b>	<b>74.041.374</b>	<b>85.646.298</b>	<b>73.994.817</b>	<b>59.267.883</b>	<b>40.619.456</b>	<b>17.030.639</b>
<b>Pasivo Corriente</b>						
Proveedores	0	0	0	0	0	0
Obligaciones						
Financieras	8.556.924	0	0	0	0	0
Impuestos por Pagar	0	0	0	0	0	0
<b>Total Pasivo</b>						
<b>Corriente</b>	<b>8.556.924</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Pasivo No Corriente</b>	<b>0</b>					
Cuentas por Pagar	0					
Impuestos por Pagar	0	20.161.848	19.439.270	18.670.731	17.849.966	17.030.639
Obligaciones						
Financieras	65.484.450	65.484.450	54.555.547	40.597.152	22.769.490	0
<b>Total Pasivo no</b>						
<b>Corriente</b>	<b>74.041.374</b>	<b>85.646.298</b>	<b>73.994.817</b>	<b>59.267.883</b>	<b>40.619.456</b>	<b>17.030.639</b>
<b>Patrimonio</b>	<b>0</b>	<b>80.647.393</b>	<b>158.404.473</b>	<b>233.087.398</b>	<b>304.487.264</b>	<b>372.609.820</b>
Aportes	0					
Utilidades Ejercicio	0	80.647.393	77.757.080	74.682.925	71.399.865	68.122.556
Utilidad Acumulada	0	0	80.647.393	158.404.473	233.087.398	304.487.264
<b>Total Activo-Pasivo-</b>						
<b>Patrimonio</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaborado por autoras

El estado de situación financiera proyectada nos permite clasificar de forma resumida y consistente, la situación financiera que puede presentar el vivero café sembrar en 5 años siguientes y revela la totalidad de sus bienes, derechos, obligaciones, y la situación del patrimonio, que en este caso da 0 por que todo lo que ha adquirido el proyecto, lo ha adquirido con el crédito es decir con la financiación

### Punto de equilibrio proyectado

**Tabla 46** *Punto de equilibrio proyectado*

Descripción	AÑOS PROYECTADOS PUNTO DE EQUILIBRIO				
	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025
<b>Total Venta Suculentas y Cactus</b>	<b>566.734.017</b>	<b>583.108.392</b>	<b>599.598.287</b>	<b>615.853.988</b>	<b>632.048.053</b>
Cantidad de Venta Suculentas y Cactus	59.659	59.659	59.659	59.659	59.659
Precio Venta Suculentas y Cactus	9.500	9.699	9.900	10.100	10.300
<b>Participación Suculentas y Cactus</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Participación de Venta Suculentas y Cactus	100%	100%	100%	100%	100%
<b>Precio de Venta de Suculentas y Cactus</b>	<b>9.500</b>	<b>9.699</b>	<b>9.900</b>	<b>10.100</b>	<b>10.300</b>
Vr. Precio de Suculentas y Cactus	9.500	9.699	9.900	10.100	10.300
<b>Costo Variable de producción</b>	<b>6.441</b>	<b>6.718</b>	<b>7.006</b>	<b>7.308</b>	<b>7.622</b>
Costo de producción de Suculentas y Cactus	6.441	6.718	7.006	7.308	7.622
<b>Gastos Fijos de Operación</b>	<b>63.774.546</b>	<b>66.516.851</b>	<b>69.377.076</b>	<b>72.360.290</b>	<b>75.471.783</b>
Gastos de administración	37.971.273	39.604.038	41.307.011	43.083.213	44.935.791
Gastos de Ventas	25.803.273	26.912.814	28.070.065	29.277.077	30.535.992
<b>Punto de Equilibrio Operacional</b>	<b>20.848</b>	<b>22.309</b>	<b>23.978</b>	<b>25.917</b>	<b>28.184</b>

Elaborado por autoras

El punto de equilibrio indica el nivel de producción en el que se igualan los costos y los ingresos, en este punto no se conocen las ganancias ni las pérdidas se calcula para el año 1 en función de las ventas lo que nos indica que el si se tiene la participación de ventas que está

proyectada el funcionamiento del vivero café sembrarte será rentable para el siguiente año a proyectar.

Punto de equilibrio del proyecto

Formula					
Punto de Equilibrio	<u>Gastos Fijos Operación</u>	63.774.546	63.774.546	<b>20.848</b>	Unidades Para Salvar el proyecto
Año 2021	<u>Precio Venta - Costo Producción</u>	(8.853 - 8.436)	3.059		

### Comprobación punto de equilibrio año 2021

**Tabla 47** *Punto de equilibrio proyectado 2021*

Descripción	Unidades	Valor	Total
Ventas de Suculentas y Cactus	20.848	9.500	198.045.295
Costo de producción Suculentas y Cactus	20.848	6.441	134.270.749
Margen de Contribución Bruto			63.774.546
Menos Gastos Operacionales Fijos			
Gastos de Administración			37.971.273
Gastos de Ventas			25.803.273
Utilidad Operacional			0

Elaboración autoras

### Comprobación punto de equilibrio año 2024

**Tabla 48** *Punto de equilibrio proyectado 2024*

Descripción	Unidades	Valor	Total
Ventas de Suculentas y Cactus	25.917	10.100	261.749.138
Costo de producción Suculentas y Cactus	25.917	7.308	189.388.848
Margen de Contribución Bruto			72.360.290
Menos Gastos Operacionales Fijos			
Gastos de Administración			43.083.213
Gastos de Ventas			29.277.077
Utilidad Operacional			0

Elaboración autoras

## Estudio Financiero

El estudio financiero hace parte del cuarto objetivo específico que busca evaluar la factibilidad económica y financiera del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta. Este objetivo es quien evalúa la viabilidad del proyecto, con el objetivo de proyectar la aceptación o negación del proyecto, con la finalidad de permitirnos ver si la viabilidad económica es rentable.

### Flujo de caja

**Tabla 49** *Flujo de caja proyectado*

descripción	AÑOS PRYECTADOS FLUJO DE CAJA					
		1	2	3	4	5
	Año de inversión	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025
<b>Saldo Inicial</b>	<b>74.041.374</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
		<b>566.734.01</b>	<b>583.108.39</b>	<b>599.598.28</b>	<b>615.853.98</b>	<b>632.048.05</b>
<b>Entrada de Recursos</b>		7	2	7	8	3
Ventas Contado Suculentas y Cactus		566.734.01	583.108.39	599.598.28	615.853.98	632.048.05
Recaudo de Cartera		7	2	7	8	3
		0	0	0	0	0
		<b>546.956.51</b>	<b>519.501.51</b>	<b>542.248.46</b>	<b>565.820.78</b>	<b>590.349.43</b>
<b>total egresos</b>		1	4	4	2	0
		384.237.38	403.854.32	424.356.18	445.601.76	467.722.79
Costo Variable de Producción		8	7	5	2	9
Costo Invent-Final Materias Primas		35.507.792	1.526.835	1.592.489	1.660.966	1.732.388
Costo Invnet-Final Suculentas y Cactus		22.602.019	971.887	1.013.678	1.057.266	1.102.729
Pago a acreedores inversión Inicial		14.365.000	0	0	0	0
Gastos Operación Administración		37.971.273	39.604.038	41.307.011	43.083.213	44.935.791
Gastos Operativos de Venta		25.803.273	26.912.814	28.070.065	29.277.077	30.535.992
Impuesto de renta 20%		0	20.161.848	19.439.270	18.670.731	17.849.966
Pago de Obligación Financiera Intereses		17.912.842	15.540.863	12.511.371	8.642.104	3.700.276
Pago de Obligación Financiera Capital		8.556.924	10.928.903	13.958.395	17.827.662	22.769.490
		2.382.500	2.382.500	1.200.000	1.200.000	1.200.000
<b>Saldo Final de Tesorería</b>	<b>-74.041.374</b>	<b>22.160.006</b>	<b>65.989.377</b>	<b>58.549.824</b>	<b>51.233.207</b>	<b>42.898.623</b>
		\$	\$	\$	\$	\$
<b>VA</b>		<b>16.762.232</b>	<b>37.757.044</b>	<b>25.340.286</b>	<b>16.772.563</b>	<b>10.623.148</b>

Elaborado por autoras

El flujo de caja es un indicador de liquidez que se utiliza para saber la capacidad que tiene el proyecto al momento de afrontar los pagos, este caso el flujo es positivo lo que indica que si el proyecto cumple con las ventas proyectadas y mantiene los costos que se estipularon, este obtendrá una rentabilidad positiva.

**Tabla 50** *Datos de salida flujo de caja*

<b>TIO</b>	32%
<b>VAN</b>	\$ 33.213.899
<b>TIR</b>	53%
<b>Financiación</b>	27,72%
<b>TIRM</b>	42,37%

Elaborado por autoras

### **Tasa interna de oportunidad**

Es la tasa mínima que se está dispuesto a aceptar que es el 32% de la inversión.

### **valor actual neto**

nos permite conocer lo que se va a ganar o perder agregando la inversión que se está estipulando en el proyecto, en el cual para el segundo año proyectado se recupera y muestra una rentabilidad ascendiente, si se cumple con las metas de venta. El valor actual presente neto del proyecto es de \$ 33.213.899.

### **Tasa interna de retorno**

la TIR es mayor a la TIO lo que quiere decir es que esta generara una rentabilidad positiva por lo tanto el proyecto es aceptable.

### **Tasa mínima aceptable**

es un porcentaje que, normalmente, lo determina la persona que va a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no. (Barzalobre, 2021)

**Tabla 51** *Tiempo de recuperación de la inversión*

AÑOS	0	1	2	3	4	5
	-	-\$	\$	\$	\$	\$
<b>PAYBACK</b>	74.041.374	51.881.367	14.108.010	72.657.834	123.891.041	166.789.663
PB	1,7862					
<b>ACUMULADO</b>	-	-\$	\$	\$	\$	\$
<b>TIO</b>	74.041.374	22.160.006	-\$ 8.051.996	64.605.838	188.496.879	355.286.542
DPB	2,1246					

Elaborado por autoras

El PAYBACK es 1,7862 entre el primero y el segundo año que es el tiempo de recuperación de la inversión sin tener en cuenta la tasa de oportunidad, en el año 2 se tendrá la recuperación y un excedente de \$14.108.010 millones de pesos.

El acumulado es de 2,1246 adquirida entre el año 2 y el año 3 años es el tiempo de recuperación de la inversión teniendo en cuenta la tasa de oportunidad.

### **Análisis de sensibilidad**

El proyecto solo puede aumentar un 2% más en los ingresos para los 5 años proyectados teniendo en cuenta el incremento en costo estipulados por ventas, solo se aceptaría un incremento del 2%, este incremento no afecta ningún año.

**Tabla 52** *Análisis sensibilidad al incremento el 2% de los ingresos*

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS ORIGINALES	DISMUNUCION DEL LOS INGRESOS	TOTAL INGRESOS MENOS DE DISMINUCION	FLUJO NETO
			2%		
0	0	74.041.374			74.041.374
1	<b>546.956.511</b>	<b>566.734.017</b>	<b>11.334.680</b>	555.399.337	<b>8.442.826</b>
2	519.501.514	\$ 583.108.392	<b>11.662.168</b>	571.446.224	<b>51.944.710</b>
3	542.248.464	\$ 599.598.287	<b>11.991.966</b>	587.606.322	<b>45.357.858</b>
4	565.820.782	\$ 615.853.988	<b>12.317.080</b>	603.536.908	<b>37.716.127</b>
5	590.349.430	\$ 632.048.053	<b>12.640.961</b>	619.407.092	<b>29.057.662</b>

Tabla que proyecta el aumento de costos para los 5 años proyectados

Elaborada por autoras

Se observa que en el análisis de sensibilidad podemos disminuir hasta un 2% los ingresos para que el proyecto sea viable.

**Tabla 53** *Análisis de sensibilidad aumento 3% de costos y gastos en costos y gastos en general*

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS ORIGINALES	AUMENTO DEL LOS COSTOS Y GASTOS EN GENERAL	TOTAL COSTOS/GASTOS MAS 3%	FLUJO NETO
			3%		
0	0	74.041.374			74.041.374
1	<b>546.956.511</b>	<b>566.734.017</b>	<b>16.408.695</b>	563.365.206	<b>3.368.811</b>
2	519.501.514	\$ 583.108.392	<b>15.585.045</b>	535.086.560	<b>48.021.832</b>
3	542.248.464	\$ 599.598.287	<b>16.267.454</b>	558.515.917	<b>41.082.370</b>
4	565.820.782	\$ 615.853.988	<b>16.974.623</b>	582.795.405	<b>33.058.583</b>
5	590.349.430	\$ 632.048.053	<b>17.710.483</b>	608.059.913	<b>23.988.140</b>

Tabla que proyecta el máximo incremento en costos anuales  
Elaborada por autoras

Se evalúa que el proyecto soportaría un aumento en los costos hasta un 3% para así no generar pedidas

### Indicadores

Los indicaros financiero nos permite obtener para analizar la rentabilidad y endeudamiento que esta con tanto del vivero café sembrarte.

**Tabla 54** *Indicadores de rentabilidad*

INDICADOR	FORMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen Bruto	Utilidad Bruta / Ventas	14%	13%	12%	12%	11%
Margen Operacional	Utilidad Operacional / Ventas	21%	19%	18%	16%	14%
Margen Neto	Utilidad Neta / Ventas	14%	13%	12%	12%	11%
EBITDA	Utilidad Operacional + Gasto Depreciación + Gasto Amortización + Gasto Provisión	\$ 136.634.925	\$ 128.278.076	\$ 118.376.397	\$ 106.534.039	\$ 92.553.747
Margen Ebitda	EBITDA / Ventas	24%	22%	20%	17%	15%
Rentabilidad del Activo - ROA	Utilidad Operacional / Activo Promedio	71%	49%	36%	28%	23%
Rentabilidad del Patrimonio - ROE	Utilidad Neta / Patrimonio Promedio	100%	49%	32%	23%	18%

Elaborada por autoras

La índice rentabilidad del proyecto es el valor creado por cada peso invertido, con el indicar financiero de Ebitda medimos las ganancias que se generar sin considerar los costos financieros ni tributarios.

**Tabla 55** *Indicadores de endeudamiento*

<b>INDICADOR</b>	<b>FORMULA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Nivel de Endeudamiento	Total Pasivo / Total Activo	52%	32%	20%	12%	4%
Endeudamiento a Corto Plazo	Pasivo Corriente / Total Pasivo	0%	0%	0%	0%	0%
Endeudamiento a Largo Plazo	Pasivo no Corriente / Total Pasivo	100%	100%	100%	100%	100%
Endeudamiento Financiero	(Pasivo Financiero a Corto Plazo + Pasivo Financiero a Largo Plazo) / Total Pasivo	76%	74%	68%	56%	0%
Cobertura de Intereses	Utilidad Operacional / Gastos de Intereses	6,63	7,25	8,46	11,33	24,01
Cobertura de Intereses con el Ebitda	EBITDA / Gastos de Intereses	7,63	8,25	9,46	12,33	25,01
Impacto de la Carga Financiera	Gastos de Intereses / Ventas	3%	3%	2%	1%	
Apalancamiento (Leverage)	Pasivo / Patrimonio	0,92	0,54	0,32	0,19	0,11

Elaborada por autoras

El nivel de endeudamiento presenta una disminución gratificante lo que quiere decir que sea cumplido correctamente con su obligación y que para el año 5 no se tren dan deudas.

## Conclusión

Al terminar la investigación del vivero café sembrarte concluimos que:

- Es un producto asequible, hoy en día las personas en especial las de 18 a 29 años son más sensibles y retiene más obligaciones y responsabilidad, por lo tanto, buscan un objeto o ilustración que genere tranquilidad en sus espacios habituales, por lo tanto, la demanda del producto “materia con suculentas o cactus” es aceptado por un 90%.
- Es un producto económico, se puede utilizar para decoración, recordatorios, detalles de cumpleaños, del día de la madre, aniversario entre otras fechas especiales.
- Cada mujer integrante del proyecto debe cumplir con la venta estipulada de 117 plantas con su respectiva materia para cubrir los gastos y costos de las siguientes producciones.
- La inversión total será de \$74.041.374 conformada por activos fijos, diferidos y capital de trabajo, determino mediante el estudio económico y financiero.
- El costo total de producción para el primer año de operación es de \$ 81.687.388.
- El ingreso de ventas para el primer año es de \$ 566.778.757 y para el año quinto es de \$ 632.097.848 millones COP.
- Los resultados de los principales indicadores de evaluación,
  - VAN \$ 33.213.899 El valor actual neto del proyecto
  - TIR 53% rentabilidad positiva supera la TIO
  - TIO 32%

- TMAR 14.18% tasa de reinversión de acuerdo a la tío y tasa de financiación se determinó que el proyecto es factible y viable; de acuerdo a los datos obtenidos con los indicadores se concluyó que es favorables y que garantizan la rentabilidad el proyecto.
- Los medios que son más convenientes para la comercialización de las plantas son las redes sociales y participar en todas las ferias posibles que se realicen en la ciudad de Villavicencio -Meta.
- La estructura organizativa se estableció en base a los procesos y actividades que cada integrante debe realizar cada una es individual mide sus tiempos y su respectiva organización, no tiene horarios estipulados solo cumplir con la venta demandada.
- Concluimos que el diagnostico organizacional nos ayudó a definir el rumbo del proyecto, saber cómo estructurarlo y que funciones debemos desarrollar para mejorar su situación actual.
- Concluimos que las herramientas de recolección de información ayudan en cierta parte para la viabilidad del proyecto, porque se debe tener en cuenta también la situación económica del país, que sectores son los más afectas por la pandemia del covi19, también la ventas mínimas de una mujeres en conclusión deberían ser de 3 plantas en el día, esto no es un dato real ya que en el medio o sector donde ellas están es de bajos recursos y esta meta diaria de ventas no es objetiva, porque no cuentan con instalaciones, un plan publicitario fuerte y su medio social no las ayuda mucho.

- la estructura organizacional técnica y administrativa del proyecto se adecuo como una entidad de cooperativa, se contempló todas las herramientas que necesitan para iniciar labores.
- En proyecto en general es viable, pero debemos tener en cuenta los riesgos posibles, riesgo operativo, riesgo financiero, riesgo de mercado, riesgo legal, riesgo de liquides y riesgo crediticio.

## Recomendaciones

En Villavicencio existen diversas entidades de carácter público y privado que promueven el emprendimiento social, algunos de estos son:

Fondo emprender del servicio nacional del Sena: es una entidad pública del estado que por medio de fondo emprender financian proyectos de emprendimiento, aplica términos y condiciones bajo acuerdo 0010 de 2019, algunos de los requisitos según (fondo emprender del sena, 2019):

1. No habersele asignado anteriormente recursos del Fondo Emprender.
2. Haber superado la etapa de validación del perfil del plan de negocio, así como todas las etapas de nuestra metodología.
3. Haber recibido la aprobación técnica del plan de negocios formulado por parte del responsable del Centro de Desarrollo Empresarial.
4. No haber incurrido en ninguna causal de inhabilidad o incompatibilidad consagradas en la ley para contratar con el Estado, ni estar desempeñando ningún cargo público o tener ningún vínculo con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), a excepción del contrato de aprendizaje.
5. La dedicación de los beneficiarios al proyecto deberá ser de tiempo completo y exclusivo, salvo que en el plan de negocio se justifique su dedicación parcial, indicando su compromiso de asistir directa y personalmente a todas las citaciones que realicen el SENA, el operador de los recursos o la interventoría.

Otra entidad es impulsada Colombia cuenta con diferentes programas de financiación de recursos, uno de ellos llamado ALDEA según (Innpulsar Colombia - fiducoldex, 2020), se describe:

ALDEA es el programa de iNNpulsar Colombia que busca fortalecer el emprendimiento innovador (también denominado de alto impacto) en Colombia. En su proceso, los emprendedores participantes encuentran feedback personalizado, apoyo de expertos, asesores, consultores de servicios especializados, y, también, tienen la posibilidad de acceder a la comunidad de emprendedores innovadores (denominada ATÍPICOS) donde pueden acceder a conexiones de crecimiento (capital social) y colaboración con otros emprendedores para que alcancen el máximo potencial de sus empresas, aprovechando oportunidades y superando sus obstáculos para crecer.

¿Quiénes pueden hacer parte de ALDEA?

ALDEA está dirigido a emprendimientos legalmente constituidos domiciliados en cualquier lugar del país, como persona jurídica o spin off (emprendimientos constituidos legalmente que son resultado de otra empresa ya consolidada), que cuenten con las siguientes características:

- Componente de innovación: cuentan con un modelo de negocio y/o producto/servicio innovador, con capacidad de crear y capturar valor de forma diferenciada, generan valor económico y están relacionados con la dinámica de

los mercados, reconfiguran los mercados y pueden imponer nuevos niveles/ estándares de productividad, competitividad y calidad de vida.

- Equipo emprendedor: deben contar con mínimo 2 personas, preferiblemente hombres y mujeres, que lideran y dirigen la consolidación y crecimiento de su emprendimiento, conformando equipos de trabajo que se arriesgan, ambicionan crecer aceleradamente y cuentan con dedicación de tiempo completo a su emprendimiento por parte de su líder.
- Ventas: el emprendimiento cuenta con un producto o servicio con ventas, a estos se les clasifica dentro de innovadores, dado que ventas es un indicador de éxito y la innovación está asociada al éxito en el mercado. Estas ventas, deben ser mínimo de \$100.000.000 millones de pesos en adelante, durante el año de postulación o acumulados en su último año de cierre financiero (corte al 31 de diciembre del año anterior a su postulación). El emprendimiento deberá declarar en el formulario de inscripción, que cumple su nivel de ventas e INNpalsa Colombia podrá confrontar dicha información.
- Potencial de escala: Proyectan sus emprendimientos en otras regiones o mercados nacionales y/o internacionales y reconocen que necesitan capacidades estratégicas y operativas para poder replicarse. Tienen planes para crecimiento acelerado, su solución es aplicable y requerida en muchas regiones de Colombia y otros países.

- Proyecciones de crecimiento: El emprendimiento cuenta con proyecciones de ventas para los siguientes tres años que soportan su estrategia de crecimiento.

- Operación comercial: Cuentan con hasta 7 años de operación comercial\*

(Tracción de ventas continuas)

Nota: La operación comercial es diferente a los años de constitución del EMPRENDEDOR.

¿Cómo hacer parte de ALDEA? Temimos y condiciones en la página del proyecto

[https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/2.2\\_mapeo\\_e\\_infografia.pdf](https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/2.2_mapeo_e_infografia.pdf)

**Cuadro 5** Entidades que apoyan emprendimientos sociales

<i>Entidades que apoyan el emprendimiento</i>	<i>Objetivo</i>	<i>Programa</i>	<i>Aporte</i>
<i>Fundación bolívar Davivienda</i>	El objetivo principal de la fundación bolívar es apoyar y potenciar proyectos transformadores y de alto impacto para el beneficio de una comunidad en general para construir una sociedad más justa y equitativa.	El programa de inversión social de la fundación bolívar Davivienda, por medio de la postulación de los proyectos (Donaciones Grants)	\$19.000.000
<i>Aldea</i>	ALDEA es el programa de iNNpulsas que busca fortalecer el emprendimiento innovador en Colombia	El proceso de inscripción se destacan tres pasos, en cada uno se establecen unos criterios de evaluación, para poder continuar	De \$20.000.000 a \$60.000.000 millones de acuerdo a términos y condiciones.

		con la postulación debe de cumplir estos tres pasos, primer reto conozcámonos, segundo reto conversa con expertos, reto tres, conéctate con tus asesores.	
<i>Fondo emprender del servicio nacional del Sena</i>	El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.	Por medio del programa capital semilla se brinda financiación, No habérsele asignado anteriormente recursos del Fondo Emprender. Haber superado la etapa de validación del perfil del plan de negocio, así como todas las etapas de nuestra metodología. Haber recibido la aprobación técnica del plan de negocios formulado por parte del responsable del Centro de Desarrollo Empresarial.	De hasta un 80% del proyecto sujeto a términos y condiciones.
<i>Minuto de Dios industrial</i>	Su objetivo es servicios de crédito para todos los microempresarios que quieran ser parte del progreso.	Los requisitos es ser mayor de edad, ser propietario de un micronegocio, estar vinculado al programa de micronegocios de	Genesis Liseth Torres Celular: 313 4700114

---

la corporación  
universitaria  
minuto de Dios,  
se inicia el  
proceso  
inscribiéndose en  
la página.

---

Elaborada por autora

- Organizar un punto de venta específico, preferiblemente en la zona centro de la ciudad de Villavicencio para que las personas y turistas conozcan el producto.
- Como el vivero café sembrarte tiene competencia, sería bueno solo producir plantas que no produzcan los otros viveros, que sean a exóticas.
- Generaría una gran rentabilidad si el proyecto consigue aportantes/donaciones.
- Realizar un listo de clientes, vender al por mayor a empresas públicas y privadas que lo requieran.
- En caso de que se opte por el crédito es recomendable realizar un análisis detallado del crédito externo al que puede aplicar, sus ventajas y desventajas, para así obtener el financiamiento más adecuado.
- Los indicadores financieros que tiene el proyecto son optimistas por lo tanto es importante implementar proveedores fijos que garanticen cumplimiento y garantías.

## Referencias

- ABITARE DECORACION. (25 de 01 de 2021). *abitaredecoracionblog*. Obtenido de abitaredecoracionblog: <https://www.abitaredecoracionblog.com/planos-de-casa-con-patio/casas-con-patios-interiores-distribucion-1/>
- Abonos conagricola*. (s.f.). Obtenido de <https://abonosconagricola.com/project/abono-biorganico/>
- Amazon.com*. (s.f.). Obtenido de <https://www.amazon.com/-/es/herramientas-plantillas-bol%C3%ADgrafo-capacitivo-manualidades/dp/B07W5DNBR2>
- avenue, s. (2016). *succulent avenue*. Obtenido de succulent avenue: <https://succulentavenue.com/queson-las-plantas-suculentas/>
- Bienestar 180*. (s.f.). Obtenido de Bienestar 180: <https://www.salud180.com/salud-dia-a-dia/3-metodos-para-reproducir-y-cultivar-tus-suculentas-sin-que-se-pudran-ni-se-mueran>
- cactus.com.uy. (s.f.). *cactus.com.uy*. Obtenido de cactus.com.uy: <https://www.cactus.com.uy/caracteristicas-de-cactus/>
- Clubsuculentas. (s.f.). *Clubsuculentas*. Obtenido de <https://clubsuculentas.com/crassulaceae/sedum/sedum-burrito/>
- creaciones, m. (s.f.). *pinterest*. Obtenido de pinterest: <https://ar.pinterest.com/pin/341499584248395919/>
- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Mexico: ISBN 0-13-049794-0. Obtenido de <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>
- dreamstime*. (s.f.). Obtenido de dreamstime: <https://es.dreamstime.com/bola-peque%C3%B1a-de-cactus-en-maceta-cuadrada-blanca-flores-macetas-preparadas-para-el-trasplante-image163713438>
- Erazo Valencia , M. A., & Cabrera Monroy, Y. (2018). *Estudio de Factibilidad para la creciación de un vivero de plantulas de platano en la finca Villa Blanca, ubicada en Sevilla valle para el año 2018*. CAICEDONIA. Obtenido de <https://pdfslide.tips/documents/estudio-de-factibilidad-para-la-creacin-de-un-vivero-okpdf-a-partir-de-esto.html>

- EstiloyDeco. (2020). *ESTILO Y DECO*. Obtenido de Estiloy Deco: <https://www.estiloydeco.com/ideas-originales-para-personalizar-macetas/>
- fondo emprender del sena. (2019). *fondo emprender del sena*. Obtenido de fondo emprender del sena: <https://www.fondoemprender.com//SitePages/Acuerdo%200010%20de%202019.aspx>
- garcía, O. L. (2009). *Aministración Financiera-Fundamentos y Aplicaciones*. villavicencio: OSCAR LEON GARCIA. Recuperado el 23 de septiembre de 2019, de <https://www.cursosdefinanzasonline.com/courses/take/descarga-libro-administracion-financiera/multimedia/10134584-cuestionario-del-capitulo-2>
- Gutierrez. (2007). Colombia: p.p 25.
- Ideas Mercado libre*. (s.f.). Obtenido de Ideas Mercado libre: <https://ideas.mercadolibre.com/ar/home-deco/como-reproducir-cactus/>
- Innpulsar colombia - fiducoldex. (Julio de 2020). *Innpulsar colombia - fiducoldex*. Obtenido de Innulsar colombia - fiducoldex: <https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/convocatorias-pdf/TDR%20PROGRAMA%20ALDEA.pdf>
- Jardin, I. (s.f.). *Info Jardin*. Obtenido de <https://www.infojardin.com/jardineria/suculentas/index-33.html>
- Jervis, T. M. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Lifeder.com: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Marta, M. (s.f.). *pinterest*. Obtenido de pinterest: <https://co.pinterest.com/pin/573083121338953600/>
- mercado libre*. (s.f.). Obtenido de mercado libre: [https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-590568693-jabon-potasico-y-aceite-de-nemm-mezcla-1-litro-\\_JM#position=6&search\\_layout=stack&type=item&tracking\\_id=2eabc314-875f-47d5-bc62-85497de8caff](https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-590568693-jabon-potasico-y-aceite-de-nemm-mezcla-1-litro-_JM#position=6&search_layout=stack&type=item&tracking_id=2eabc314-875f-47d5-bc62-85497de8caff)
- Mercado libre*. (s.f.). Obtenido de Mercado libre: <https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-801727796-perlita-sustrato-cultivo-sustrato-organico-suelo-materas-1k->

\_JM?matt\_tool=45862477&matt\_word=&matt\_source=google&matt\_campaign\_id=146338516  
77&matt\_ad\_group\_id=122277564610&matt\_match\_type=&matt\_network=g&

MERCADO LIBRE. (2021). *articulo.mercado libre*. Obtenido de articulo.mercado libre:

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-604263322-set-x-2-cajoneros-organizador-3-niveles-rattan-marca-mq->

\_JM?variation=74207033936#reco\_item\_pos=2&reco\_backend=machinalis-seller-items&reco\_backend\_type=low\_level&reco\_client=vip-seller\_items-above&reco\_i

MERCADO LIBRE. (2021). *ARTICULO.MERCADO LIBRE*. Obtenido de ARTICULO.MERCADO

LIBRE: <https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-606413748-estanteria-15-pulgs-4-niveles-712x1289x383cm-negra-rimax->

\_JM?variation=75832212765#reco\_item\_pos=1&reco\_backend=machinalis-

v2p&reco\_backend\_type=low\_level&reco\_client=vip-v2p&reco\_id=55a77353-5113-4fca-b2

*Mercado Libre/ potes*. (2020). Obtenido de Mercado Libre/ potes:

<https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-562581280-matera-plastica-negra-10-x-50-unidades->

\_JM?matt\_tool=45862477&matt\_word=&matt\_source=google&matt\_campaign\_id=146338516  
77&matt\_ad\_group\_id=122277564610&matt\_match\_type=&matt\_network=g&matt\_device=c  
&matt\_cr

Murillo, v. (2007). *Transicion del hombre economico al hombre administrativo*.

nacional, F. (s.f.). *Mercado libre*. Obtenido de <https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-555355038-1->

kit-de-germinacion-de-cactus-suculentas-ornamentales-\_JM

*NATURALIZA*. (2020). Obtenido de NATURALIZA: [https://www.amarilloverdeyazul.com/sistema-de-](https://www.amarilloverdeyazul.com/sistema-de-riego-ecologico-reciclando-macetas-de-barro-o-arcilla/macetas-1/)

riego-ecologico-reciclando-macetas-de-barro-o-arcilla/macetas-1/

Papanek, & Harris. (1962 - 1970). *Teoria de Papanek y Harris*. 2006.

*phoemix*. (s.f.). Obtenido de <https://phoenixgardenca.com/ideas-de-jardineria/nuestras-suculentas->

favoritas/

- Ponce, H. T. (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. "*Contribuciones a la Economía*", 16. Obtenido de <https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Posso Ch, M. I., Chica , M. F., & Montoya, J. C. (s.f.). *Importancia del emprendimiento social en Colombia*. colombia. Obtenido de [file:///C:/Users/HP-GW0003\(1744548\)/Downloads/1915-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4936-1-10-20170725.pdf](file:///C:/Users/HP-GW0003(1744548)/Downloads/1915-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4936-1-10-20170725.pdf)
- REPRODUCCIÓN DE SUCULENTAS MEDIANTE DIVISIÓN*. (s.f.). Obtenido de <https://suculentass.com/plantas-suculentas-riego-sol-y-reproduccion/reproduccion-de-suculentas-mediante-division/>
- silva, L. (s.f.). *pinterest*. Obtenido de [pinterest: https://co.pinterest.com/pin/289215607316758908/](https://co.pinterest.com/pin/289215607316758908/)
- sukkulenten-Kaufen.de* . (s.f.). Obtenido de [sukkulenten-Kaufen.de : https://sukkulenten-kaufen.de/stapelia/](https://sukkulenten-kaufen.de/stapelia/)
- Uribe, M. M. (27 de noviembre de 2017). El emprendimiento: algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. *Uribe M M. (2017)*. Obtenido de <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/cliomerica/article/view/2443/2044>
- urquieta, l. (s.f.). *cactus cereus*. Obtenido de <https://lilianurquieta.com/products/cereus-peruvianus?variant=37120775028890>
- valera. (2018). el emprendimiento en colombia, una respuesta a los retos de competitividad y desarrollo sostenible. *espacios*, 10. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n14/a18v39n14p24.pdf>
- Vidal, J. A. (2004). *La gestión del conocimiento como motor de la innovación. Lecciones de la industria de alta tecnología para la empresa*. España: Universitat Jaume I, Servei de Comunicació i Publicacions. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=323767>
- wikiwand*. (s.f.). Obtenido de [https://www.wikiwand.com/es/Echinopsis\\_subdenudata](https://www.wikiwand.com/es/Echinopsis_subdenudata)

*Ya esta.com.* (s.f.). Obtenido de Ya esta.com: <https://www.yaesta.com/b08sbkb4v5-juego-de-pintura-acrilica-36-colores-2-ozbotella-con-12-pinceles-de-arte-suministros-de-arte-para-pintar-lienzo-madera-cermica-y-tela-ricos-pigmentos-de-calidad-duradera-para-principiantes-e/p>

## Anexos

## Anexo 1 costo de materiales

COSTO DE LOS MATERIALES							
COSTO DE PRODUCCION DE SUCULENTAS Y CACTUS							
COSTO DE LOS MATERIALES							
Ítem	Ingrediente	Cantidad	Unidad	Precio Compra	Presentación	Unidad	Costo
1	Pote	1	Unidad	\$ 10.000	50	Unidad	200
2	Plántula Tierra	1	Unidad	\$ 50.000	100	Unidad	500
3	Orgánica Abono	123	Cm3	\$ 550.000	7.000.000	Cm3	9,66
4	orgánico	123	Cm3	\$ 45.000	3.000.000	Cm3	1,85
5	Cascarilla Fertilizante	123	Cm3	\$ 3.000	339.120	Cm3	1,09
6	Abono Matera	1	Gramo	\$ 5.000	2.000	Gramo	2,50
7	Barro Kit de	1	Unidad	\$ 900	1	Unidad	900
8	pintura	1	unidad	\$ 140.000	117	Unidad	1.197
<b>TOTAL COSTO MATERIAS PRIMAS PROMEDIO ESTIMADO</b>							<b>117</b>
<b>COSTO TOTAL PROMEDIO DE MATERIAS PRIMAS</b>							<b>328.966</b>

Anexo 2 *Calculo mano de obra*

CALCULAR EL COSTO DE LA MANO DE OBRA			
Ítem	descripción	Tarifa	Total
1	Sueldo Mínimo Vigente	100,00%	908.526,00
2	Auxilio de Transporte	100,00%	106.454,00
3	Cesantías	8,33%	84.547,83
4	Intereses Cesantías	12,00%	10.145,74
5	Prima de Servicio	8,33%	84.547,83
6	Vacaciones	4,16%	37.794,68
7	Aporte Salud	12,50%	113.565,75
8	Aportes Pensión	16,00%	145.364,16
9	Aportes ARL	0,52%	4.724,34
10	Caja	4,00%	36.341,04
11	Sena	2,00%	18.170,52

12	ICBF	3,00%	27.255,78
13	Dotación	2,00%	18.170,52
<b>TOTAL, GASTO SALARIO</b>			<b>1.595.608,19</b>
<b>JORNADA LABORAL VIGENTE HORAS</b>			<b>240</b>
<b>COSTO HORA</b>			<b>6.648,37</b>
<b>HORAS DE MANO DE OBRA</b>			<b>1</b>
<b>TOTAL, COSTO DE MANO DE OBRA</b>			<b>6.648</b>

**Anexo 3 Costos de mano de obra directa**

<b>COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>					
descripción	Unidad/min utos	Lot e	Tiempo Horas	Vr. Hora	Total MOD
Mano Obra D- Producción	2	117	3,9	\$ 6.648,4	\$ 25.928,63
Mano Obra D-Técnica				\$	\$
Puntillismo	30	117	58,5	\$ 6.648,4	\$ 388.929,50
<b>Total Mano de obra</b>	<b>32</b>	<b>117</b>	<b>62,4</b>	<b>\$ 6.648</b>	<b>\$ 414.858,13</b>

**Anexo 4 Costos indirectos de producción**

<b>COSTOS INDIRECTOS PRODUCCION DE SUCULENTAS Y CACTUS</b>			
descripción	Parcial	Subtotal	Total CIF
<b>Herramientas</b>		<b>3.092</b>	<b>\$3.091,67</b>
Bisturi Metálico	4.500		
Guantes	9.000		
Palillas	6.000		
Atomizador	7.000		
Pinzas	5.000		
Botella de goteo	5.600		
<b>Uso Invernadero</b>		<b>30.000</b>	<b>\$30.000,00</b>
Estantería	155.000		
Jabón potásico	35.000		
Set Cajonero Organizador	170.000		
<b>Total Costos Elaboración de Plantas</b>			<b>\$ 33.091,67</b>
<b>Unidades Plantas Producidas</b>			<b>117</b>
<b>Costo Por unidad Planta</b>			<b>282,83</b>

**Anexo 5 Costo unitario por planta**

<b>COSTO UNITARIO POR PLANTA</b>	
Costo de Materias Primas	328.966,40
Costo Mano de Obra Directa	414.858,13
Costos Indirectos Producción	33.091,67

<b>Costo Total De Producción</b>	<b>776.916,19</b>
<b>Unidades Plantas Producidas</b>	<b>117</b>
<b>Costo Unitario por Planta</b>	<b>6.640,31</b>

*Anexo 6 Margen de utilidad deseado*

<b>MARGEN DE UTILIDAD DESEADO</b>	
Costo Total Unitario	6.640,31
Margen de Contribución	53%
Precio de Venta Unitario	10.173

*Anexo 7 Estado de resultados de costos y gastos*

<b>ESTADO DE RESULTADO DE COSTOS Y GASTOS</b>			
descripción	Parcial	Subtotal	Vr. Total
<b>Ingresos de Operación</b>			
Ventas	117	10.173	1.190.273
Costo de Producción	117	6.640,31	776.916
<b>Margen de Contribución</b>			<b>413.357</b>
<b>Gastos de Operación</b>			
Gastos de Venta			0
<b>Utilidad Operacional</b>			<b>413.357</b>

*Anexo 8 Depreciación de herramientas*

<b>Depreciación de Herramientas</b>				
valor del activo		2.365.000		
año de vida útil	2	Salvamento		0%
<b>AÑOS</b>	<b>Valor</b>	<b>v. residual</b>	<b>depreciación</b>	<b>valor actual</b>
0	2.365.000	\$ 0		\$ 2.365.000
1	\$ 2.365.000		\$ 1.182.500	\$ 1.182.500
2	\$ 1.182.500		\$ 1.182.500	\$ 0

### Anexo 9 Inversión inicial

Concepto	Cantidad	20%	Vr. Unitario	Inversión Inicial	Depreciación Anual
<b>Muebles y Enseres</b>				<b>12.000.000</b>	
Estantería plástica	50		\$155.000	\$7.750.000	\$1.200.000
Set Organizadores plásticos	25		\$170.000	\$4.250.000	
<b>Herramientas</b>				<b>\$2.365.000</b>	
Bisturi Metálico	50		\$4.500	\$225.000	\$1.182.500
Guantes	50		\$9.000	\$450.000	
Palillas	50		\$6.000	\$300.000	
Atomizador	50		\$7.000	\$350.000	
Pinzas	50		\$5.000	\$250.000	
Botella de goteo	50		5.600	\$280.000	
Potes	50	10000	\$ 10.000	\$510.000	
<b>Materiales</b>				<b>\$37.765.000</b>	
Kit pinturas y artículos	50		\$140.000	\$7.000.000	
kit plántulas	50		\$ 50.000	\$2.500.000	
Tierra Orgánica	50		\$ 550.000	\$27.500.000	
Abono orgánico	50		\$ 45.000	\$2.250.000	
Fertilizante Abono	50		\$ 5.000	\$250.000	
Matera Barro	5850		\$ 900	\$5.265.000	
<b>TOTAL INV. INICIAL</b>				<b>\$52.130.000</b>	<b>\$1.200.000</b>

### Anexo 10 Depreciación muebles y enseres

Depreciación de muebles y enseres				
valor del activo		12.000.000		
año de vida útil	10	Salvamento		0%
<b>AÑOS</b>	<b>Valor</b>	<b>v. residual</b>	<b>depreciación</b>	<b>valor actual</b>
0	12.000.000	\$ 0		12.000.000
1	12.000.000		<b>1.200.000</b>	10.800.000
2	10.800.000		1.200.000	9.600.000
3	9.600.000		1.200.000	8.400.000
4	8.400.000		1.200.000	7.200.000
5	7.200.000		1.200.000	6.000.000

### Anexo 11 Presupuesto de ventas para el vivero café sembrarte

<b>Presupuesto de ventas estimada para el año 2021</b>					
<b>Nivel de producción</b>	<b>70%</b>	<b>80%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	
<b>Producto/bimestre</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
<b>Suculentas</b>	6.141	7.019	7.896	8.773	<b>29.829</b>
<b>Cactus</b>	6.141	7.019	7.896	8.773	<b>29.829</b>
<b>TOTALES</b>	<b>12.283</b>	<b>14.037</b>	<b>15.792</b>	<b>17.547</b>	<b>59.659</b>

*Anexo 12 inventario final por trimestre*

<b>Inventario Final + 20%</b>				
<b>Suculentas</b>	<b>ventas estimadas</b>	<b>Inventario</b>	<b>Total producción</b>	
Trimestral 1	12.283	20%	2.457	14.739
Trimestral 2	14.037	20%	2.807	16.845
Trimestral 3	15.792	20%	3.158	18.950
Trimestral 4	17.547	20%	3.509	21.056

*Anexo 13 unidades a producir trimestral*

<b>Total, unidades a producir</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL anual</b>
<b>Unidades Para Vender</b>	12.283	14.037	15.792	17.547	<b>59.659</b>
<b>(+) Unidades IFPT</b>	2.457	2.807	3.158	3.509	<b>3.509</b>
<b>(+) Unidades IFPP</b>	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Total, Unidades Necesarias</b>	<b>14.739</b>	<b>16.845</b>	<b>18.950</b>	<b>21.056</b>	<b>63.168</b>
<b>(-) Unidades IIPT</b>	0	2.457	2.807	3.158	<b>0</b>
<b>(-) Unidades IIPP</b>	0	0	0		
<b>TOTAL, UNIDADES PRODUCIR</b>	<b>14.739</b>	<b>14.388</b>	<b>16.143</b>	<b>17.898</b>	<b>63.168</b>

*Anexo 14 Materiales requeridos para la producción*

<b>MATERIALES REQUERIDOS PARA LA PRODUCCION</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO DE COMPRA</b>	<b>PRESUPUESTADO</b>

<b>Pote</b>	1	200,00
<b>Plántula</b>	1	500,00
<b>Tierra Orgánica Cm3</b>	123	9,66
<b>Abono orgánico Cm3</b>	1	1,85
<b>Fertilizante</b>	123	2,50
<b>Matera Barro Unidad</b>	1	900
<b>Kit de pintura</b>	1	1.197
<b>Total, Materiales</b>		<b>2.811</b>

*Anexo 15 presupuesto de materia prima para suculentas y cactus*

<b>PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA para las suculentas y cactus</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>Bimestre 1</b>	<b>Bimestre 2</b>	<b>Bimestre 3</b>	<b>Bimestre 4</b>	<b>Total anual</b>
Presupuesto de uso del pote para sembrar	14.739	14.388	16.143	17.898	<b>63.168</b>
Presupuesto de uso de la plántula	14.739	14.388	16.143	17.898	<b>63.168</b>
presupuesto de uso de material Tierra Orgánica (123Cm3)	1.812.917	1.769.753	1.985.576	2.201.400	<b>7.769.646</b>
Presupuesto de Uso del abono orgánico	14.739	14.388	16.143	17.898	<b>63.168</b>
Presupuesto de uso del fertilizante	1.812.917	1.769.753	1.985.576	2.201.400	<b>7.769.646</b>
Presupuesto de uso de las materas	14.739	14.388	16.143	17.898	<b>63.168</b>
Presupuesto de uso del kit de pinturas	126	123	138	153	<b>540</b>

*Anexo 16 inventarios materia de prima directa*

<b>INVENTARIO DE MATERIA PRIMA DIRECTA</b>					
<b>PRODUCTO</b>	<b>Bimestre 1</b>	<b>Bimestre 2</b>	<b>Bimestre 3</b>	<b>Bimestre 4</b>	<b>Total inventario anual</b>
Presupuesto de uso del pote para sembrar	2.948	2.878	3.229	3.580	<b>12.634</b>
Presupuesto de uso de la plántula	2.948	2.878	3.229	3.580	<b>12.634</b>

presupuesto de uso de material Tierra Orgánica (123Cm3)	362.583	353.951	397.115	440.280	<b>1.553.929</b>
Presupuesto de Uso del abono orgánico	2.948	2.878	3.229	3.580	<b>12.634</b>
Presupuesto de uso del fertilizante	362.583	353.951	397.115	440.280	<b>1.553.929</b>
Presupuesto de uso de las materas	2.948	2.878	3.229	3.580	<b>12.634</b>
Presupuesto de uso del kit de pinturas	25	25	28	31	<b>108</b>

*Anexo 17 presupuesto de pote para sembrar*

Compra de Pote para sembrar					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	2.948	2.878	3.229	3.580	12.634
(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	14.739	14.388	16.143	17.898	63.168
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	17.687	17.266	19.371	21.477	75.801
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	0	2.948	2.878	3.229	9.054
(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	17.687	14.318	16.494	18.248	66.747
(X) <b>Precio de Compra</b>	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
(=) <b>Valor Total Compra</b>	<b>\$ 3.537.400</b>	<b>\$ 2.863.609</b>	<b>\$ 3.298.766</b>	<b>\$ 3.649.698</b>	<b>\$ 13.349.472</b>

*Anexo 18 presupuesto de plántulas para sembrar*

Compra de plántulas para sembrar					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>

<b>Unidades de IFMP</b>	2.948	2.878	3.229	3.580	12.634
(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	14.739	14.388	16.143	17.898	63.168
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	17.687	17.266	19.371	21.477	75.801
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	0	2.948	2.878	3.229	9.054
(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	17.687	14.318	16.494	18.248	66.747
(X) <b>Precio de Compra</b>	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
(=) <b>Valor Total Compra</b>	\$ <b>8.843.499</b>	\$ <b>7.159.023</b>	\$ <b>8.246.914</b>	\$ <b>9.124.245</b>	\$ <b>33.373.681</b>

*Anexo 19 presupuesto de tierra orgánica para sembrar*

Compra de Tierra orgánica para sembrar					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	362.583	353.951	397.115	440.280	1.553.929
(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	1.812.917	1.769.753	1.985.576	2.201.400	7.769.646
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	2.175.501	2.123.703	2.382.691	2.641.679	9.323.575
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	0	362.583	353.951	397.115	1.113.649
(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	2.175.501	1.761.120	2.028.741	2.244.564	8.209.925
(X) <b>Precio de Compra</b>	\$ 0,07857	\$ 0,07857	\$ 0,07857	\$ 0,07857	\$ 0,07857
(=) <b>Valor Total Compra</b>	\$ <b>170.932,20</b>	\$ <b>138.374</b>	\$ <b>159.401</b>	\$ <b>176.359</b>	\$ <b>645.066</b>

**Anexo 20** *presupuesto de abono orgánico para sembrar*

Compra de abono orgánico para sembrar					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	2.948	2.878	3.229	3.580	12.634
(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	14.739	14.388	16.143	17.898	63.168
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	17.687	17.266	19.371	21.477	75.801
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	0	2.948	2.878	3.229	9.054
(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	17.687	14.318	16.494	18.248	66.747
(X) <b>Precio de Compra</b>	\$ 1,8450	\$ 1,8450	\$ 1,8450	\$ 1,8450	\$ 1,8450
(=) <b>Valor Total Compra</b>	\$ <b>32.633</b>	\$ <b>26.417</b>	\$ <b>30.431</b>	\$ <b>33.668</b>	\$ <b>123.149</b>

**Anexo 21** *presupuesto de fertilizante para el crecimiento de las plantas*

Compra de fertilizante para el crecimiento de las plantas					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	362.583	353.951	397.115	440.280	1.553.929
(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	1.812.917	1.769.753	1.985.576	2.201.400	7.769.646
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	2.175.501	2.123.703	2.382.691	2.641.679	9.323.575
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	0	362.583	353.951	397.115	1.113.649

(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	2.175.501	1.761.120	2.028.741	2.244.564	8.209.925
<b>(X) Precio de Compra</b>	\$ 0,02033	\$ 0,02033	\$ 0,02033	\$ 0,02033	\$ 0,02033
<b>(=) Valor Total Compra</b>	\$ <b>44.217</b>	\$ <b>35.795</b>	\$ <b>41.235</b>	\$ <b>45.621</b>	\$ <b>166.868</b>

*Anexo 22 presupuesto de compra de materia para la comercialización*

Compra de la materia para la comercialización					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	2.948	2.878	3.229	3.580	12.634
<b>(+) Unidades Por Usar</b>	14.739	14.388	16.143	17.898	63.168
<b>(=) Unidades Necesarias</b>	17.687	17.266	19.371	21.477	75.801
<b>(-) Unidades de IIMP</b>	0	2.948	2.878	3.229	9.054
<b>(=) Unidades Para Comprar</b>	17.687	14.318	16.494	18.248	66.747
<b>(X) Precio de Compra</b>	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900	\$ 900
<b>(=) Valor Total Compra</b>	\$ <b>15.918.298</b>	\$ <b>12.886.241</b>	\$ <b>14.844.445</b>	\$ <b>16.423.641</b>	\$ <b>60.072.625</b>

*Anexo 23 compra del kit de pinturas para la decoración de las materas*

Compra del kit de pinturas para la decoración de las materas					
<b>TRIMESTR E</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Unidades de IFMP</b>	25	25	28	31	108

(+)					
<b>Unidades Por Usar</b>	<b>126</b>	<b>123</b>	<b>138</b>	<b>153</b>	<b>540</b>
(=)					
<b>Unidades Necesarias</b>	<b>151</b>	<b>148</b>	<b>166</b>	<b>184</b>	<b>648</b>
(-) <b>Unidades de IIMP</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>77</b>
(=)					
<b>Unidades Para Comprar</b>	<b>151</b>	<b>122</b>	<b>141</b>	<b>156</b>	<b>570</b>
(X) <b>Precio de Compra</b>	<b>\$ 140.000</b>				
(=) <b>Valor Total Compra</b>	<b>\$ 21.163.929</b>	<b>\$ 17.132.705</b>	<b>\$ 19.736.204</b>	<b>\$ 21.835.800</b>	<b>\$ 79.868.638</b>

*Anexo 24 Presupuesto de total de materias primas directas*

<b>COMPRA TOTAL DE MATERIAS PRIMAS DIRECTAS</b>					
<b>BIMESTRAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>TOTAL</b>
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Pote</b>	3.537.400	2.863.609	3.298.766	3.649.698	13.349.472
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Plántula</b>	8.843.499	7.159.023	8.246.914	9.124.245	33.373.681
<b>Tierra Orgánica</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Cm3</b>	170.932,20	138.373,69	159.401,06	176.358,62	645.066
<b>Abono orgánico</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Cm3</b>	32.633	26.417	30.431	33.668	123.149
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Fertilizante</b>	44.217	35.795	41.235	45.621	166.868
<b>Matera Barro</b>	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Unidad</b>	15.918.298	12.886.241	14.844.445	16.423.641	60.072.625
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Kit de pintura</b>	21.163.929	17.132.705	19.736.204	21.835.800	79.868.638
(=) <b>Valor Total Compra</b>	<b>\$ 49.710.908</b>	<b>\$ 40.242.164</b>	<b>\$ 46.357.395</b>	<b>\$ 51.289.032</b>	<b>\$ 187.599.499</b>

*Anexo 25 Presupuesto costo materia prima directa pote*

<b>Costo MP utilizada POTE</b>
--------------------------------

Concepto	Costo Unitario	Cantidad Compra da	Valor Compra	Cantidad Usada	Valor MP Utilizada	Cantidad Saldo	Valor Saldo
Inventario Inicial	0					0	0
Compras 1er. Bimestre	200	17.687	3.537.400			17.687	3.537.400
Uso MP 1er. Bimestre				14.739	2.947.833	2.948	589.567
Compras 2do. Bimestre	200	14.318	2.863.609			17.266	3.453.176
Uso MP 2do. Bimestre				14.388	2.877.647	2.878	575.529
Compras 3er. Bimestre	200	16.494	3.298.766			19.371	3.874.295
Uso MP 3er. Bimestre				16.143	3.228.579	3.229	645.716
Compras 4to. Bimestre	200	18.248	3.649.698			21.477	4.295.414
Uso MP 4to. Bimestre				17.898	3.579.512	3.580	715.902
<b>Total</b>		<b>66.747</b>	<b>13.349.472</b>	<b>63.168</b>	<b>12.633.570</b>		

*Anexo 26 Presupuesto costo materia prima directa plántula*

Costo MP utilizada PLANTULAS							
Concepto	Costo Unitario	Cantidad Compra da	Valor Compra	Cantidad Usada	Valor MP Utilizada	Cantidad Saldo	Valor Saldo
Inventario Inicial	0					0	0
Compras 1er. Bimestre	500	17.687	8.843.499			17.687	8.843.499
Uso MP 1er. Bimestre				14.739	7.369.583	2.948	1.473.917
Compras 2do. Bimestre	500	14.318	7.159.023			17.266	8.632.940
Uso MP 2do. Bimestre				14.388	7.194.116	2.878	1.438.823
Compras 3er. Bimestre	500	16.494	8.246.914			19.371	9.685.737
Uso MP 3er. Bimestre				16.143	8.071.448	3.229	1.614.290

<b>Compras 4to.</b>			9.124.24				10.738.53
<b>Bimestre</b>	500	18.248	5			21.477	5
<b>Uso MP 4to.</b>					8.948.77		
<b>Bimestre</b>				17.898	9	3.580	1.789.756
			<b>33.373.6</b>		<b>31.583.9</b>		
<b>Total</b>		<b>66.747</b>	<b>81</b>	<b>63.168</b>	<b>25</b>		

*Anexo 27 Presupuesto costo materia prima directa tierra orgánica*

<b>Costo MP utilizada TIERRA ORGANICA</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Compra da</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Cantidad Usada</b>	<b>Valor MP Utilizada</b>	<b>Cantidad Saldo</b>	<b>Valor Saldo</b>
<b>Inventario Inicial</b>	0					0	0
<b>Compras 1er. Bimestre</b>		2.175.50	170.93			2.175.50	
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>	0,0786	1	2	1.812.9			170.932
<b>Compras 2do. Bimestre</b>		1.761.12	138.37	17	142.444	362.583	28.489
<b>Uso MP 2do. Bimestre</b>	0,0786	0	4	1.769.7		2.123.7	166.862
<b>Compras 3er. Bimestre</b>		2.028.74	159.40	53	139.052	353.951	27.810
<b>Uso MP 3er. Bimestre</b>	0,0786	1	1	1.985.5		2.382.6	187.211
<b>Compras 4to. Bimestre</b>		2.244.56	176.35	76	156.010	397.115	31.202
<b>Uso MP 4to. Bimestre</b>	0,0786	4	9	2.201.4		2.641.6	207.561
				00	172.967	440.280	34.593
<b>Total</b>		<b>8.209.92</b>	<b>645.06</b>	<b>7.769.6</b>			
		<b>5</b>	<b>6</b>	<b>46</b>	<b>610.472</b>		

*Anexo 28 Presupuesto costo materia prima directa abono orgánico*

<b>Costo MP utilizada ABONO ORGANICO</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Compra da</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Cantidad Usada</b>	<b>Valor MP Utilizada</b>	<b>Cantidad Saldo</b>	<b>Valor Saldo</b>
<b>Inventario Inicial</b>	0					0	0

<b>Compras 1er. Bimestre</b>	1,8450	17.687	32.633			17.687	32.633
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>				14.739	27.194	2.948	5.439
<b>Compras 2do. Bimestre</b>	1,8450	14.318	26.417			17.266	31.856
<b>Uso MP 2do. Bimestre</b>				14.388	26.546	2.878	5.309
<b>Compras 3er. Bimestre</b>	1,8450	16.494	30.431			19.371	35.740
<b>Uso MP 3er. Bimestre</b>				16.143	29.784	3.229	5.957
<b>Compras 4to. Bimestre</b>	1,8450	18.248	33.668			21.477	39.625
<b>Uso MP 4to. Bimestre</b>				17.898	33.021	3.580	6.604
<b>Total</b>		<b>66.747</b>	<b>123.149</b>	<b>63.168</b>	<b>116.545</b>		

*Anexo 29 Presupuesto costo materia prima directa fertilizante*

<b>Costo MP utilizada FERTILIZANTE</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Compra</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Cantidad Usada</b>	<b>Valor MP Utilizada</b>	<b>Cantidad Saldo</b>	<b>Valor Saldo</b>
<b>Inventario Inicial</b>	0					0	0
<b>Compras 1er. Bimestre</b>		2.175.50				2.175.50	
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>	0,0203	1	44.217	1.812.917	36.848	362.583	7.370
<b>Compras 2do. Bimestre</b>		1.761.12				2.123.703	
<b>Uso MP 2do. Bimestre</b>	0,0203	0	35.795	1.769.753	35.971	353.951	7.194
<b>Compras 3er. Bimestre</b>		2.028.74				2.382.691	
<b>Uso MP 3er. Bimestre</b>	0,0203	1	41.235	1.985.576	40.357	397.115	8.071
<b>Compras 4to. Bimestre</b>		2.244.56				2.641.679	
<b>Uso MP 4to. Bimestre</b>	0,0203	4	45.621	2.201.400	44.744	440.280	8.949

	<b>8.209.92</b>	<b>166.86</b>	<b>7.769.6</b>	
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>46</b>	<b>157.920</b>

*Anexo 30 Presupuesto costo materia prima directa matera*

<b>Costo MP utilizada MATERA</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Compra da</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Cantidad Usada</b>	<b>Valor MP Utilizada</b>	<b>Cantidad Saldo</b>	<b>Valor Saldo</b>
<b>Inventario Inicial</b>	0					0	0
<b>Compras 1er. Bimestre</b>	900	17.687	15.918.29			17.687	8
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>				14.739	13.265.249	2.948	2.653.050
<b>Compras 2do. Bimestre</b>	900	14.318	12.886.241			17.266	1
<b>Uso MP 2do. Bimestre</b>				14.388	12.949.409	2.878	2.589.882
<b>Compras 3er. Bimestre</b>	900	16.494	14.844.445			19.371	7
<b>Uso MP 3er. Bimestre</b>				16.143	14.528.606	3.229	2.905.721
<b>Compras 4to. Bimestre</b>	900	18.248	16.423.641			21.477	2
<b>Uso MP 4to. Bimestre</b>				17.898	16.107.802	3.580	3.221.560
<b>Total</b>		<b>66.747</b>	<b>60.072.625</b>	<b>63.168</b>	<b>56.851.065</b>		

*Anexo 31 Presupuesto costo materia prima kit pinturas*

<b>Costo MP utilizada KIT PINTURAS</b>							
<b>Concepto</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad Compra da</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Cantidad Usada</b>	<b>Valor MP Utilizada</b>	<b>Cantidad Saldo</b>	<b>Valor Saldo</b>
<b>Inventario Inicial</b>	0					0	0
<b>Compras 1er. Bimestre</b>	140.00		21.163.9				21.163.92
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>	0	151	29		17.636.6	151	9
<b>Uso MP 1er. Bimestre</b>				126	08	25	3.527.322

<b>Compras 2do.</b>	140.00		17.132.7			20.660.02
<b>Bimestre</b>	0	122	05			148 6
<b>Uso MP 2do.</b>					17.216.6	
<b>Bimestre</b>				123	88	25 3.443.338
<b>Compras 3er.</b>	140.00		19.736.2			23.179.54
<b>Bimestre</b>	0	141	04			166 2
<b>Uso MP 3er.</b>					19.316.2	
<b>Bimestre</b>				138	85	28 3.863.257
<b>Compras 4to.</b>	140.00		21.835.8			25.699.05
<b>Bimestre</b>	0	156	00			184 7
<b>Uso MP 4to.</b>					21.415.8	
<b>Bimestre</b>				153	81	31 4.283.176
			<b>79.868.6</b>		<b>75.585.4</b>	
<b>Total</b>		<b>570</b>	<b>38</b>	<b>540</b>	<b>62</b>	

### Anexo 32 Costo de Materia Primas Directa Utilizada

<b>Costo de Materia Primas Directa Utilizada</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Total</b>
<b>Pote</b>	2.947.833	2.877.647	3.228.579	3.579.512	12.633.570
<b>Plántula</b>	7.369.583	7.194.116	8.071.448	8.948.779	31.583.925
<b>Tierra Orgánica Cm3</b>	142.444	139.052	156.010	172.967	610.472
<b>Abono orgánico</b>	27.194	26.546	29.784	33.021	116.545
<b>Fertilizante</b>	36.848	35.971	40.357	44.744	157.920
<b>Matera Barro Unidad</b>	13.265.249	12.949.409	14.528.606	16.107.802	56.851.065
<b>Kit de pintura</b>	17.636.608	17.216.688	19.316.285	21.415.881	75.585.462
<b>(=) Valor Total Compra</b>	<b>41.425.757</b>	<b>40.439.429</b>	<b>45.371.067</b>	<b>50.302.705</b>	<b>177.538.958</b>

### Anexo 33 Valor inventario Final de la materia prima

<b>Valor inventario Final de la materia prima</b>					
<b>TRIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Total</b>
<b>Pote</b>	589.567	575.529	645.716	715.902	2.526.714
<b>Plántula</b>	1.473.917	1.438.823	1.614.290	1.789.756	6.316.785
<b>Tierra Orgánica Cm3</b>	28.489	27.810	31.202	34.593	122.094
<b>Abono orgánico</b>	5.439	5.309	5.957	6.604	23.309
<b>Fertilizante</b>	7.370	7.194	8.071	8.949	31.584
<b>Matera Barro Unidad</b>	2.653.050	2.589.882	2.905.721	3.221.560	11.370.213
<b>Kit de pintura</b>	3.527.322	3.443.338	3.863.257	4.283.176	15.117.092

**(=) Valor Total Compra 8.285.151 8.087.886 9.074.213 10.060.541 35.507.792**

**Anexo 34** *Tiempo de producción requerido*

Tiempo de producción			
Productos/Horas Requeridas	Producción Minutos	Puntillismo Minutos	Total Minutos
Suculentas y Cactus	2,0	30,0	32,00
<b>Total</b>	<b>2,0</b>	<b>30,0</b>	<b>32,00</b>

**Anexo 35** *Valor de hora laboral*

VALOR DE LA HORA		
DESCRIPCION	TARIFA	908.526
Salario Básico y Aux. Tranp	100,00%	908.526
Auxilio de Transporte	100,00%	106.454
Cesantías	8,33%	84.548
Prima de servicios	8,33%	84.548
Vacaciones	4,17%	37.886
Intereses sobre cesantías	12,00%	10.146
Aportes pensión (12% salario básico)	12,00%	109.023
Aportes a salud (8,5% salario básico)	8,50%	77.225
Aporte a ARL (1.44% del salario basic)	0,52%	4.724
Aportes a caja ICBF y Sena (9%)	9,00%	81.767
Dotación	5,00%	45.426
<b>TOTAL</b>	<b>267,85%</b>	<b>1.550.273</b>
<b>Horas Mensuales según Régimen Laboral</b>	<b>240</b>	<b>6.459</b>

**Anexo 36** *total horas requeridas para la producción de las plantas*

TOTAL, HORAS REQUERIDAS PRODUCCION PLANTAS				
Bimestre	Unidades para producir Suculentas y Cactus	Minutos requeridas Producción Suculentas y Cactus	Minutos Procesos de producción Suculentas y Cactus	Total, Horas Procesos de producción Suculentas y Cactus

1	14.739	2	29.478,33	491
2	14.388	2	28.776,47	480
3	16.143	2	32.285,79	538
4	17.898	2	35.795,11	597
5	0	2	0,00	0
6	0	2	0,00	0
<b>Total</b>	<b>63.168</b>	<b>2</b>	<b>126.335,70</b>	<b>2.106</b>

**Anexo 37** *total horas requeridas para puntillismo*

TOTAL, HORAS REQUERIDAS PUNTILLISMO				
Trimestre	Unidades para Pintar Técnica Puntillismo	Minutos requeridas Técnica de Puntillismo	Minutos Procesos de Puntillismo Suculentas y Cactus	Total, Horas Procesos de Puntillismo Suculentas y Cactus
1	14.739	30	442.174,95	7.370
2	14.388	30	431.646,98	7.194
3	16.143	30	484.286,85	8.071
4	17.898	30	536.926,73	8.949
5	0	30	0,00	0
6	0	30	0,00	0
<b>Total</b>	<b>63.168</b>	<b>30</b>	<b>1.895.036</b>	<b>31.584</b>

**Anexo 38** *Valor Costo de Mano de Obra Proceso de Producción Suculentas y Cactus*

Valor Costo de Mano de Obra Proceso de Producción Suculentas y Cactus					
BIMESTRE	1	2	3	4	TOTAL
Suculentas y Cactus	14.739	14.388	16.143	17.898	63.168
Total, Minutos Requeridas	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Total, Horas	491	480	538	597	2106
Costo Hora Hombre	6.459,47	6.459,47	6.459,47	6.459,47	6.459,47
<b>Total, Costo MOD</b>	<b>3.173.573</b>	<b>3.098.012</b>	<b>3.475.818</b>	<b>3.853.624</b>	<b>13.601.027</b>

**Anexo 39** Valor Costo de mano de obra proceso de pintura técnica puntillismo

Valor Costo de mano de obra proceso de pintura técnica puntillismo					
<b>BIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Total</b>
Suculentas y Cactus	<b>14.739</b>	14.388	16.143	17.898	63.168
Total, Minutos Requeridas	<b>30,00</b>	<b>30,00</b>	<b>30,00</b>	<b>30,00</b>	<b>30,00</b>
Total, Horas	<b>7.370</b>	7.194	8.071	8.949	31.584
Costo Hora Hombre	<b>6.459,47</b>	<b>6.459,47</b>	<b>6.459,47</b>	<b>6.459,47</b>	<b>6.459,47</b>
<b>Total, Costo MOD</b>	47.603.595	46.470.177	52.137.271	57.804.366	204.015.409

**Anexo 40** Valor Costo Total de Mano de Obra Producción y Técnica Puntillismo

Valor Costo Total de Mano de Obra Producción y Técnica Puntillismo					
<b>TRIMESTRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Total</b>
<b>Producción Suculentas y Cactus</b>					
<b>Técnica de Puntillismo</b>					
<b>Materas</b>					
	3.173.573	3.098.012	3.475.818	3.853.624	13.601.027
	47.603.59	46.470.17	52.137.27	57.804.36	217.616.43
	5	7	1	6	6
	<b>50.777.16</b>	<b>49.568.18</b>	<b>55.613.08</b>	<b>61.657.99</b>	435.232.87
<b>Total Costo MOD</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	3

**Anexo 41** Análisis de los Costos Indirectos de Fabricación del Año 1

Análisis de los Costos Indirectos de Fabricación del Año 1		
Costos Indirectos Fabricación	Año 1	Clasificación
Mano de Obra Indirecta	775.136	Fijo
Depreciación Herramientas	1.182.500	Fijo
Depreciación Muebles y enseres	1.200.000	Fijo

**Anexo 42** Unidades para producir del año 2

Unidades para producir del año 2		
Concepto	Suculentas y Cactus	Total
Unidades a Producir Año 2021	59.659	59.659
Unidades Producidas año 2022	59.659	59.659
Variación		0,00101%

**Anexo 43** *Total Costos Indirectos de Fabricación Año presupuestado 2021*

Total, Costos Indirectos de Fabricación Año presupuestado 2021				
Concepto	Fijos	Variables	Meses	Total, Ajustado
Mano de Obra Indirecta	775.136		12	9.301.636
Depreciación Herramientas	98.542		12	1.182.500
Depreciación Muebles y enseres	100.000		12	1.200.000
<b>Total</b>				<b>11.684.136</b>

**Anexo 44** *Producto por cada proceso y para cada Trimestre*

Producto por cada proceso y para cada Trimestre			
Trimestre	Unidades para producir	Tasa CIF	Total CIF
1	14.739	184,9697	2.726.299
2	14.388	184,9697	2.661.387
3	16.143	184,9697	2.985.946
4	17.898	184,9697	3.310.505
<b>Total</b>	<b>63.168</b>	<b>184,9697</b>	<b>11.684.136</b>

**Anexo 45** *Costo anuales para suculentas y cactus*

Costos anuales para suculentas y cactus		
Elementos del Costo	descripción	Valor Total
	<b>Pote</b>	<b>12.633.570</b>
	<b>Plántula</b>	31.583.925
	<b>Tierra Orgánica Cm3</b>	610.472

	<b>Abono orgánico Cm3</b>	116.545
	<b>Fertilizante</b>	157.920
	<b>Matera Barro Unidad</b>	56.851.065
	<b>Kit de pintura</b>	75.585.462
	<b>Total, Materia Prima Utilizada</b>	177.538.958
	<b>Mano de Obra Utilizada</b>	435.232.873
	<b>Total, Mano de Obra Utilizada</b>	435.232.873
	<b>Costo Indirectos de Fabricación</b>	11.684.136
	<b>Total, Costos Indirectos de Fabricación</b>	11.684.136

**Anexo 46** *Valor Total Costo Unitario de Producción*

Valor Total Costo Unitario de Producción	
<b>Anual</b>	<b>Suculentas y Cactus</b>
<b>Valor Costo Materia Prima</b>	177.538.958,00
<b>Valor Costo Mano de Obra</b>	435.232.872,76
<b>Valor Costos Indirectos Fabricación</b>	11.684.136,48
<b>Total, Costo de Producción</b>	<b>624.455.967,25</b>
<b>Total, Unidades Producidas</b>	<b>63.168,00</b>
<b>Menos Inventario Final Suculentas y Cactus</b>	<b>34.691.915,80</b>
<b>Total, Costo de Venta de Suculentas y Cactus</b>	<b>589.764.051,45</b>
<b>Unidades Vendidas</b>	<b>59.659</b>
<b>Total, Costo Unitario de Producción</b>	<b>9.886</b>

**Anexo 47** *Valor del Inventario Final de Suculentas y Cactus*

Valor del Inventario Final de Suculentas y Cactus					
<b>Bimestral</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Total</b>
<b>Unidades Inventario Final</b>					
<b>Prod. Termi</b>	2.457	2.807	3.158	3.509	3.509
<b>Valor Costo Unitario de Producción</b>	9.886	9.886	9.886	9.886	9.886

	\$	\$	\$	\$	\$
	24.284.20	27.753.38	31.222.55	34.691.72	34.691.72
<b>Vr. Total Costo IFPT</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

**Anexo 48** estado de costos de productos vendidos

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCTOS VENDIDOS

<b>Materias Primas Directas</b>	
Inventario Inicial de Materias Primas	0
<b>Mas</b> Compras de Materias Primas	79.868.638
<b>Igual Materias Primas Disponibles</b>	79.868.638
<b>Menos</b> Inventario Final Materias Primas	35.507.792
<b>Igual Costo Materia Prima Utilizada</b>	<b>177.538.958</b>
<b>Mano de Obra Directa</b>	
<b>Mas Costo de Mano Obra Directa</b>	<b>435.232.873</b>
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	
<b>Mas</b> Costos Indirectos de Fabricación	<b>11.684.136</b>
<b>Igual Total Costo de Producción</b>	<b>624.455.967</b>
<b>Más</b> Inventario Inicial Prod. Proceso	0
<b>Menos</b> Inventario Final Prod. Proceso	0
<b>Igual Costo Prod. Terminados</b>	<b>624.455.967</b>
<b>Mas</b> Inventario Inicial Prod. Terminados	0
<b>Igual Productos Disponible Venta</b>	<b>624.455.967</b>
<b>Menos</b> Inventario Final Prod. Terminados	34.691.727

**Igual Total Costo de Prod.  
Vendidos**

**589.764.240**

*Anexo 49 Presupuesto de ventas en Unidades trimestral*

Presupuesto de ventas en Unidades trimestral					
Producto	1	2	3	4	Total
Suculentas y Cactus	12.283	14.037	15.792	17.547	59.659
<b>TOTALES</b>	<b>12.283</b>	<b>14.037</b>	<b>15.792</b>	<b>17.547</b>	<b>59.659</b>

*Anexo 50 Presupuesto de ventas en Pesos trimestral*

Presupuesto de ventas en Pesos trimestral					
Producto	1	2	3	4	Total
Suculentas y Cactus	12.283	14.037	15.792	17.547	59.659
Precio Venta	14.581	14.581	14.581	14.581	14.581
<b>TOTALES</b>	<b>179.092.368</b>	<b>204.676.992</b>	<b>230.261.616</b>	<b>255.846.240</b>	<b>869.877.217</b>

*Anexo 51 Presupuesto gastos operacionales año 2021*

Clasificación	Gastos de administración	valor mensual individual	Valor Mensual	No. Meses	Valor Anual
	Gastos de personal				\$
	Administradora		<b>1.550.273</b>	<b>12</b>	<b>18.603.272,97</b>
					\$
	Honorarios profesionales		<b>1.000.000</b>	<b>12</b>	<b>12.000.000,00</b>
F	Transporte urbano	200.000		12	2.400.000
F	Impuestos		0	12	0
F	Servicios Públicos	179.000		12	2.148.000
F	Gastos Legales Constitución		1.000.000	1	1.000.000
F	Reunión Refrigerios		155.000	4	620.000
F	Depreciación			12	0
F	Diversos, Papelería		100.000	12	1.200.000
	<b>Total Gastos de Administración</b>		<b>1.255.000</b>		<b>37.971.273</b>
	<b>Gastos de Ventas</b>				

	Gastos de personal			
<b>F</b>	Secretaria	1.550.273	12	18.603.273
	Comisiones y Transporte	300.000	12	3.600.000
<b>F</b>	Publicidad	300.000	12	3.600.000
	<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>2.150.273</b>		<b>25.803.273</b>
	<b>Gastos No Operacionales</b>			
<b>V</b>	Gastos Bancarios	1.492.737	12	17.912.842
	<b>Total Gastos No Operacionales</b>	<b>1.492.737</b>		<b>17.912.842</b>

## Encuesta dirigida a la demanda

Fecha \_\_\_\_\_ No. Encuesta \_\_\_\_\_

Nombre (opcional) _____	
E-mail _____	
Barrio donde reside _____	
Estrato	
I Bajo	_____
II Bajo	_____
III Medio Bajo	_____
IV Medio	_____
V Medio Alto	_____
VI Alto	_____
Genero:	
Femenino	
Masculino	
Edad:	
Menor de 18	_____
18 - 29	_____
30 - 39	_____
40 - 49	_____
Mayor de 50	_____
Ocupación:	
Emplead@ empresa pública	_____
Emplead@ empresa privada	_____
Trabaja Independiente	_____
Am@ de Casa	_____
Estudiante	_____
Desemplead@	_____

**Señale la respuesta que considere pertinente**

**24)** ¿Conoce cuáles son las plantas de suculentas y cactus?

SI  
NO

**25)** ¿Le gustan las plantas de suculentas y cactus?

SI  
NO

**26)** ¿Estaría dispuesto a comprar las plantas de suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

SI  
NO

**27)** ¿Qué cantidad de plantas de suculentas y cactus estaría dispuesto a comprar mensualmente para su hogar, oficina o empresa?

1 a 3 plantas  
4 a 6 plantas  
7 a 9 plantas  
Otra \_\_\_\_\_

**28)** ¿Con que frecuencia compraría las plantas de suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

Mensual  
Trimestral  
Anual  
Otra \_\_\_\_\_

**29)** ¿Indique el motivo por el cual le gustaría comprar las plantas de suculentas y cactus para su hogar, oficina o empresa?

Fechas especiales

Decoración

Regalo de cortesía

Otra \_\_\_\_\_

**30)** De las plantas de suculentas y cactus que se detallan a continuación ¿cuál es la de su mayor preferencia?

Cola de burro

Planta de Jade

Aloe vero

Pincushion cactus

Rosal

Dudleyas

Echinopsis

Cereus

Lithops

Echinopsis subdenudata

Gallinas y pollitos

Otra \_\_\_\_\_

**31)** Al momento de escoger una planta de suculentas y cactus. ¿por qué lo hace?

Por su precio

Por su color de la flor

Por su tamaño

Por su forma

Otra \_\_\_\_\_

10. ¿Al momento de comprar la planta de suculentas y cactus, tiene en cuenta la materia?

SI

NO

12. Si su anterior respuesta es si ¿porque la elije?

Diseño

Material

Tamaño  
Precio  
Otra \_\_\_\_\_

13. De las materas a continuación ¿cuáles son de su preferencia?

Madera  
Plástico  
Concreto  
Cerámica  
Barro  
Personalizada (decorado: puntillismo)

32) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por adquirir las plantas de suculentas y cactus con su matera?

\$7.000 a \$10.000  
\$10.001 a \$ 15.000  
\$15.001 a \$ 25.000  
Mayor a \$25.000

14. ¿Qué medio de pago utiliza usualmente para comprar las plantas de suculentas y cactus?

Efectivo  
Tarjeta debito- crédito  
Otras \_\_\_\_\_

15. ¿En qué lugar adquiere las plantas de suculentas y cactus?

Viveros  
Tienda Virtual  
Mercado  
Local Comercial

16. ¿Qué factores considera relevantes en el momento de adquirir las plantas de suculentas y cactus, que determine su satisfacción en la compra?

La atención al cliente

La presentación del producto

El precio

Otra \_\_\_\_\_

17. ¿Si se implementara un vivero de plantas de suculentas y cactus conformado por las mujeres de la Unidad de Víctimas de Villavicencio, estaría dispuesto a comprar sus plantas?

SI

NO

18. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer las plantas de suculentas y cactus ofertados por el grupo de mujeres de la Unidad de Víctimas de Villavicencio?

Redes sociales

Anuncios publicitarios

Recomendación de un amigo/familiar

Otro \_\_\_\_\_

Agradecemos su disposición y apoyo en el diligenciamiento de la encuesta.

Datos del Encuestador

Nombre:

Cargo:

Email:

Tel:

Encuesta señora leila

## ENTREVISTA

**Objetivo.** Recopilar información primaria, suficiente y necesaria, para conocer y analizar la situación actual del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta para definir su situación actual.

Toda la información que aquí se solicita será manejada bajo los lineamientos brindados por la Ley Estatutaria 1581 de octubre 17 de 2012 y su respectivo Decreto Reglamentario 1377 de 2013, garantizando la confiabilidad de la información brindada, respeto por la dignidad y cuidado de cualquier daño personal o social.

Sus respuestas son confidenciales y no serán evaluadas como buenas o malas.

**¿Autoriza la realización de la encuesta y la publicación de los resultados obtenidos con fines netamente académicos?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

Contexto de la Entrevista	Datos del Entrevistado
Fecha:	Nombre:
Hora:	Cargo:
Medio: presencial/ videollamada/ por teléfono /otros	Email:
	Tel:

## ORGANIZACIÓN

Pregunta	Respuesta
¿Cuál fue la inspiración para crear el emprendimiento vivero café sembrarte?	
¿Cuál es la dirección y ubicación del emprendimiento vivero café sembrarte actualmente?	

Describe la actividad económica que desarrolla el emprendimiento vivero café sembrarte	
¿El emprendimiento vivero café sembrarte se encuentra formalizado? (Cuenta con Personería Jurídica)?	
¿El emprendimiento vivero café sembrarte cuenta con una estructura organizacional (organigrama)?	
¿Las personas que participan en el emprendimiento vivero café sembrarte, a qué tipo de población pertenecen?	
Las personas que participan en el emprendimiento vivero café sembrarte, ¿con que grado de escolaridad y experiencia cuentan para el desarrollo de la actividad?	
¿Las personas que participan en el emprendimiento vivero café sembrarte, cuentan con seguridad social?	
¿Cómo es remunerado el personal dentro del emprendimiento vivero café sembrarte?	
¿El emprendimiento vivero café sembrarte cuenta con recursos propios? En caso de ser positiva su respuesta, ¿cómo fueron los aportes a capital?	
¿Puede describir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del emprendimiento vivero café sembrarte?	

**PRODUCTO**

Pregunta	Respuesta
¿Puede identificar cuáles son los productos que tiene mayor demanda en el emprendimiento vivero café sembrarte?	
¿puede describir detalladamente como es el proceso de producción y comercialización de estos productos?	
¿Cuenta con registros de cómo es el proceso de producción y comercialización de estos productos?	
¿Cuenta con una estrategia de mercado para la oferta de estos productos al cliente objetivo?	
¿Cómo han fijado el precio de venta de estos productos?	

**CLIENTES**

Preguntas	Respuestas
¿Cuál considera debe ser el cliente objetivo para este producto?	
¿tienen alguna base de datos de los clientes que han manejado o manejan actualmente?	
¿Qué datos conoces sobre el mercado de estos productos?	
¿en qué espacio geográfico de Villavicencio están ubicados sus clientes potenciales?	

**COMPETENCIA**

Preguntas	Respuestas
¿Cuáles son los competidores del emprendimiento vivero café sembrarte en Villavicencio?	
¿Cuál es la ventaja competitiva del emprendimiento vivero café sembrarte frente a la competencia?	
¿considera que es fácil llegar al cliente objetivo?	

--	--

## COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

Preguntas	Respuestas
¿Qué medios y formas de contacto utiliza con el cliente para que conozca estos productos?	
¿La entrega de estos productos es directa o a través de intermediarios?, ¿por qué canales, on-line, punto de venta?	
<p>La relación comercial con el cliente va a ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-personal, directa por afinidad: cara a cara, telefónica.</li> <li>-por correos (automatizada)</li> <li>-a través de terceros o representantes</li> <li>-individual o colectiva</li> <li>-Autoservicio</li> </ul>	

## FINANCEROS

Preguntas	Respuestas
el modelo de negocio se financia con recursos propios, recursos de terceros o mixtos (propios y terceros)?	
¿Con que tipo de activos fijos, inventarios y otros recursos técnicos cuenta el emprendimiento vivero café sembrarte?	
¿Cuenta con alguna estructura de costos (materiales – mano de obra (personal), costos indirectos de producción (mantenimiento y otros)	
¿Cuenta con registros de las ventas de los productos que han realizado hasta la fecha?	

Comentario Adicional

Agradecemos su disposición y tiempo para la realización de esta entrevista.

Datos del Entrevistador

Nombre:

Cargo:

Email:

Tel:

## ENCUESTA

**Dirigida a los propietarios de los viveros de plantas suculentas y cactus del municipio de Villavicencio – Meta.**

**Objetivo.** Recopilar información suficiente y necesaria, para conocer y analizar el comportamiento del producto en el mercado: precio, medios de distribución, productos y demás características que contribuyan al estudio del posicionamiento del emprendimiento social vivero café sembrarte de Villavicencio-Meta.

Toda la información que aquí se solicita será manejada bajo los lineamientos brindados por la Ley Estatutaria 1581 de octubre 17 de 2012 y su respectivo Decreto Reglamentario 1377 de 2013, garantizando la confiabilidad de la información brindada, respeto por la dignidad y cuidado de cualquier daño personal o social.

Sus respuestas son confidenciales y no serán evaluadas como buenas o malas.

**¿Autoriza el diligenciamiento de esta encuesta y la publicación de los resultados obtenidos con fines netamente académicos?**

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

### **INFORMACIÓN GENERAL**

Nombre del Vivero _____
Dirección del Vivero _____
E-mail del Vivero _____
Nombre del Encuestado _____
Cargo _____
Fecha _____ No. Encuesta _____

**Señale la respuesta que considere pertinente**

1. ¿Hace cuánto tiempo se encuentra el vivero en el mercado?

- a. menor a 1 año
- b. de 1 a 5 años
- c. de 6 a 10 años
- d. mayor a 10 años

2. ¿Su vivero se encuentra formalizado (registro mercantil, RUT, industria y comercio)?

- a. SI
- b. NO

3. Su planta de personal está constituida por:
  - a. 1 a 2 personas
  - b. de 3 a 5 personas
  - c. de 6 a 10 personas
  - d. mayor de 10 personas
  
4. ¿En su vivero vende plantas de suculentas y cactus?
  - a. Si, solo suculentas
  - b. Si, solo cactus
  - c. Si, ambas
  - d. No, ninguna
  
5. ¿Como obtiene las plantas de suculentas y cactus?
  - a. se compran
  - b. se producen
  - c. se compran y se producen
  - d. ni se compran ni se producen
  
6. ¿En el proceso de producción de las plantas suculentas y cactus que inconvenientes se han presentado?
  - a. Costos elevados
  - b. presencia de enfermedades
  - c. producción demorada
  - d. otro cuál? \_\_\_\_\_
  
7. ¿La producción actual de las plantas de suculentas y cactus, alcanza a satisfacer la demanda?
  - a. Siempre
  - b. algunas veces
  - c. Nunca
  - d. No se produce, se compran
  
8. Cuál es el precio de adquisición de las plantas de suculentas y cactus
  - a. de \$1.000 a \$3.000
  - b. de \$3.001 a \$5.000
  - c. mayor a \$5.000
  - d. no compra, se produce
  
9. Cuáles son los factores a tener cuenta en el momento de elegir un proveedor de plantas de suculentas y cactus?

- a. Precio bajo
- b. Ubicación cercana
- c. cumplimiento en los pedidos
- d. otro cuál? \_\_\_\_\_

10. Cuantas plantas de suculentas y cactus vende mensualmente?

- a. menor a 100
- b. de 101 a 300
- c. de 301 a 500
- d. mayor de 500

11. Precio promedio que usted vende una planta suculenta o cactus

- a. de \$3.000 a \$5.000
- b. de \$5.001 a \$7.000
- c. \$7.001 a \$10.000
- d. mayor a \$10.000

12. Mediante que medio de comunicación da a conocer su producto?

- a. Redes sociales
- b. Voz a voz
- c. Televisión
- d. Otro cuál? \_\_\_\_\_

13. ¿Qué canal de distribución utiliza para comercializar sus productos?

- a. Producto – consumidor final
- b. Productor – intermediario - consumidor final
- c. Otro Cual? \_\_\_\_\_

Agradecemos su disposición y apoyo en el diligenciamiento de la encuesta.

Datos del Encuestador

Nombre:
Cargo:
Email:
Tel:

1. ¿Como es la razón social de su vivero?
2. ¿vende usted plantas suculentas y cactus?
  - a. Si
  - b. No
3. ¿Cuántas plantas suculentas y cactus vende mensualmente?
  - a. 50 a 100
  - b. 100 a 300
  - c. 300 a 500
4. Del siguiente listado escoja las plantas suculentas y cactus que comercializa en su negocio:
  - Cola de burro
  - Planta de Jade
  - Aloe Vera
  - Pincushion Cactus
  - Rosal
  - Dudleyas
  - Echinopsis
  - Cereus
  - Litnops
  - Echinopsis Subdenudata
  - Gallinas y pollitos
5. Precio promedio que usted vende una planta suculenta o cactus
  - a. 5.000 – 7.000

- b. 7.000 – 10.000
  - c. 10.000 – 25.000
  - d. 25.000 – 35.000
6. ¿
7. ¿Qué canal de distribución utiliza para comercializar sus productos?
- a. Producto consumidor --- Final
  - b. Productor --- intermediario --- consumidor final
  - c. Otro \_\_\_\_\_
8. ¿Cuál es el producto que mejor se vende en su vivero?
- \_\_\_\_\_
9. ¿Cuánto tiempo lleva en el mercado?
- \_\_\_\_\_
10. ¿Cuáles son los insumos necesarios para producir este tipo de plantas?
11. ¿Maneja un portafolio de proveedores a la hora de adquirir estos insumos?
12. Podría describir detalladamente el proceso de producción de las plantas.

